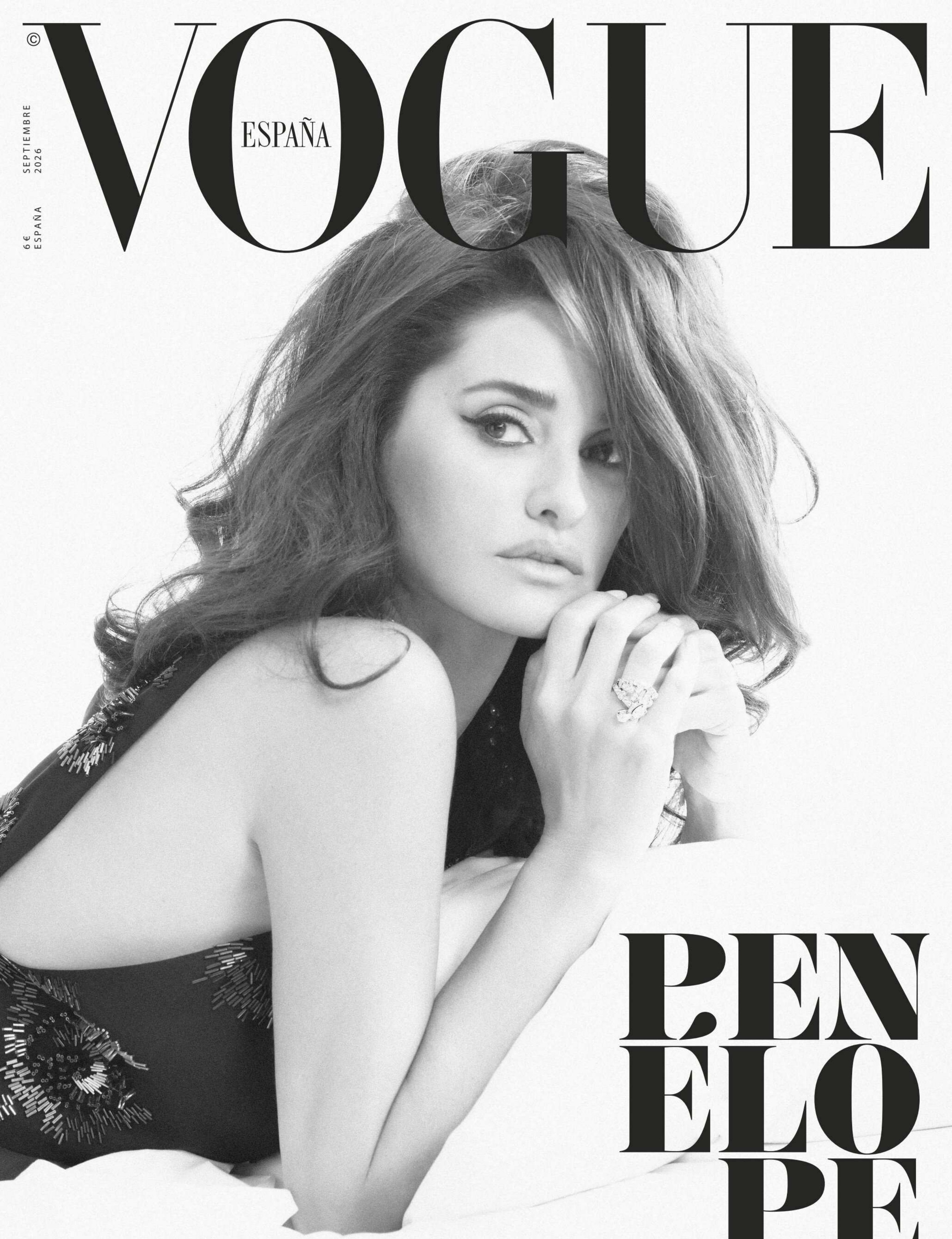
©

VOGUE ESPAÑA

SEPTIEMBRE 2026

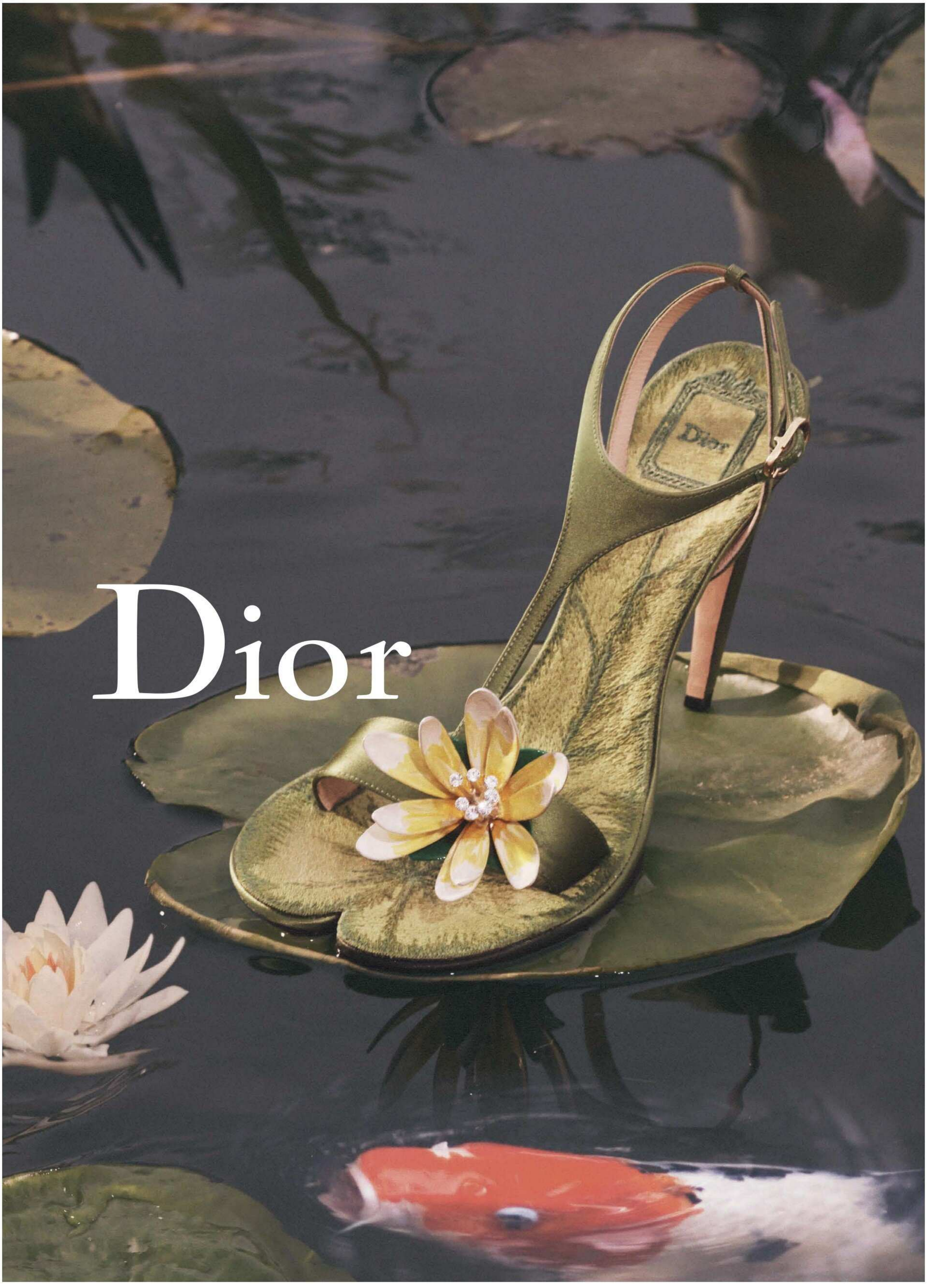
6 €
ESPAÑA



PENÉLOPE

Marta ORTEGA, los JAVIS y el TALENTO que viene

Revistas.PeruRadio.net.pe

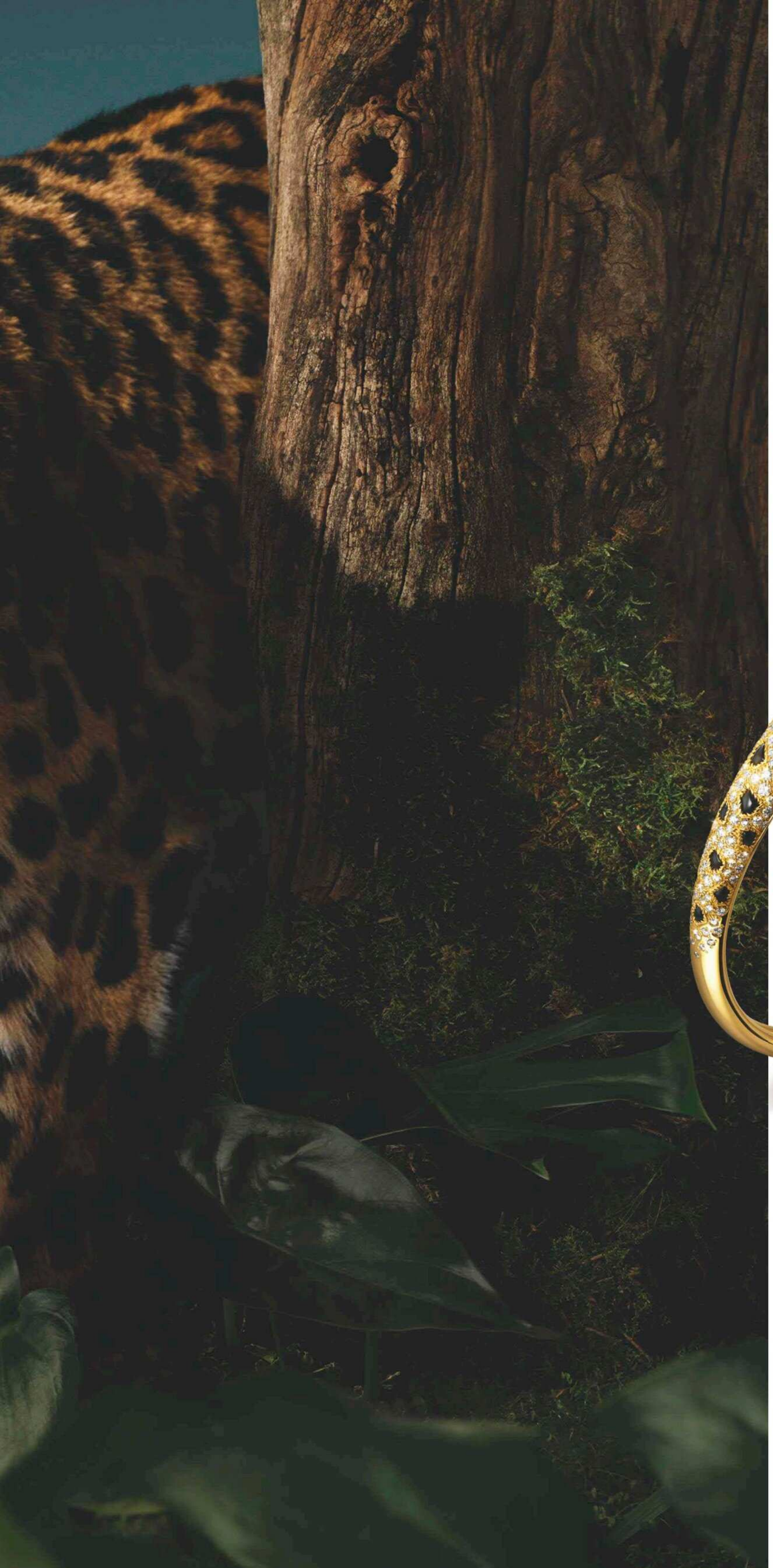


Revistas.PeruRadio.net.pe

RevistasPeruRadio.net.pe

cartier.es - +34 900 505 403

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

Cartier

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

PRADA.COM

PRADA

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

BVLGARI

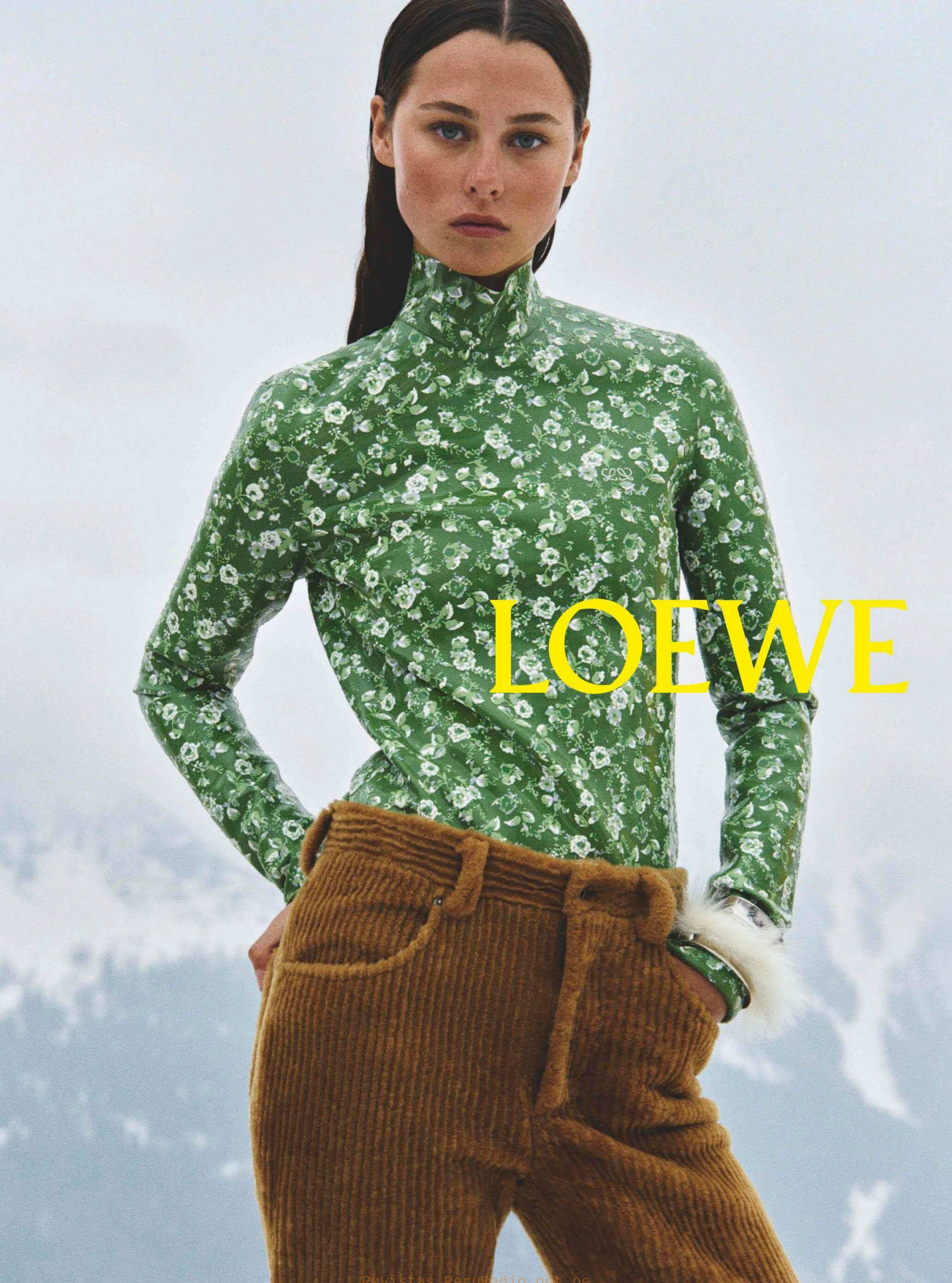
ROMA 1884

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

GIORGIO ARMANI

MADRID, GALERÍA CANALEJAS - MARBELLA, PUERTO BANÚS

Revistas.PeruRadio.net.pe

ADD LESS
FEEL YOURSELF
BE REMEMBERED

Revistas.PeruRadio.net.pe

DOLCE & GABBANA

Revistas.PeruRadio.net.pe

PHOTOGRAPHED BY STEVEN MEISEL

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE ESPAÑA

HEAD OF EDITORIAL CONTENT
INÉS LORENZO

REDACTORA JEFE CECILIA CASERO

MODA
DIRECTORA DE MODA SARA HERNANDO
REDACTORA JEFE DE MODA NUALA PHILLIPS
ESTILISTAS MARTA BAJO, PATRICIA LÓPEZ
REDACTORAS NURIA LUIS, ALEXANDRA LORES
COMMERCE EDITOR MAYTE SALIDO

BELLEZA
DIRECTORA DE BELLEZA ANA MORALES
REDACTORAS VIOLETA VALDÉS, LAURA SOLLA

CULTURA
EVA BLANCO, ALBERTO SISÍ

ESTILO DE VIDA
GARBIÑE CONTINENTE

SENIOR MANAGER AUDIENCE DEVELOPMENT MARINA VALERA
SENIOR MANAGER SOCIAL MEDIA ANA GÁNDARA

JEFE DE EDICIÓN Y CIERRE PEDRO SÁNCHEZ DE COS
ADAPTACIÓN Y TRADUCCIÓN ESTHER GIMÉNEZ
TALENT ASSOCIATE EDITOR INGRID DE LA PUENTE
SENIOR CONTENT OPERATIONS MANAGER BEATRIZ DE ASÍS
CONTENT OPERATIONS MANAGER LUCÍA PREGIGUEIRO
CONTENT OPERATIONS ASSOCIATE JUAN ALBERTO FUENTES
ADMINISTRACIÓN MARGARITA TOFIÑO
VISUALS EDITOR & PHOTO STUDIO DIRECTOR REYES DOMÍNGUEZ
STUDIO ASSOCIATE SILVIA DE LA ROSA
VISUALS EDITOR JULIETA SARTOR

ARTE
DIRECTORA DE ARTE LORETO MORALES
MAQUETACIÓN LORETO DOMÍNGUEZ

COLABORADORES
ALANA S. PORTERO, NATHAN HELLER, GABY WOOD, MARGAUX ANBOUBA, SEAN & SENG, RINEKE DIJSTRA, ALESSIO BOLZONI, VITO FERNICOLA, ANNIE LEIBOVITZ, COLLIER SCHOOR, OLIVER HADLEE PEARCH, YAGO CASTROMIL, PABLO ZAMORA, ÓSCAR CALLEJA, CECILIA ÁLVAREZ-HEVIA, ENIOLA DARE, CARLOS NAZARIO, CAMILLA NICKERSON, KARL TEMPLER, LUCA GALASSO, ANA TOVAR, BEATRIZ MACHADO

CONDÉ NAST ENTERTAINMENT
HEAD OF PROGRAMMING & DEVELOPMENT MARCOS CHAMIZO
VIDEO DEVELOPMENT LEAD, VOGUE JULIA PÉREZ
PROGRAMMING LEAD DAVID FERNÁNDEZ
PRODUCCIÓN SARA RAMOS
EDICIÓN ALMUDENA MOLERO

PRODUCCIÓN
SENIOR PRODUCTION MANAGER ENRIQUE GRAU DÍAZ TRÍAS
FERNANDO BOHÚA, JUAN IGNACIO BOCOS

VOGUE GLOBAL
ANNA WINTOUR GLOBAL EDITORIAL DIRECTOR
GLOBAL CREATIVE DIRECTOR RAÚL MARTINEZ
APAC EDITORIAL DIRECTOR (TAIWAN, INDIA, JAPAN) LESLIE SUN

HEAD OF EDITORIAL CONTENT, AMERICA CHLOE MALLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, BRITAIN CHIOMA NNADI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, FRANCE CLAIRE THOMSON-JONVILLE
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, GERMANY KERSTIN WENG
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, INDIA ROCHELLE PINTO
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, ITALY FRANCESCA RAGAZZI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, JAPAN KAZUMI ASAMURA HAYASHI
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MEXICO & LATIN AMERICA KARLA MARTÍNEZ DE SALAS
HEAD OF EDITORIAL CONTENT, MIDDLE EAST MANUEL ARNAUT
EDITORIAL DIRECTOR, CHINA ROCCO LIU

VICE PRESIDENT, GLOBAL OPERATIONS AND CONTENT STRATEGY LOUISA PARKER-BOWLES
VICE PRESIDENT, GLOBAL CONTENT BUSINESS OPERATIONS CHRIS DIPRESSO MORRA
GLOBAL CONTENT STRATEGY ADVISOR ANNA-LISA YABSLEY
GLOBAL HEAD OF FASHION NETWORK VIRGINIA SMITH
GLOBAL EDITOR AT LARGE HAMISH BOWLES
GLOBAL DIRECTOR, VOGUE RUNWAY NICOLE PHELPS
GLOBAL NETWORK LEAD & US DEPUTY EDITOR TAYLOR ANTRIM
GLOBAL NETWORK LEAD & EXECUTIVE EDITOR, BRITISH VOGUE GILES HATTERSLEY
GLOBAL NETWORK LEAD & US FASHION FEATURES DIRECTOR MARK HOLGATE
GLOBAL FASHION NETWORK, DEPUTY DIRECTOR LAURA INGHAM
VICE PRESIDENT, HEAD OF VIDEO THESPENA GUATIERI
GLOBAL DIRECTOR, SOCIAL MEDIA SAM SUSSMAN
GLOBAL TALENT CASTING DIRECTORS IGNACIO MURILLO, MORGAN SENESI
GLOBAL ENTERTAINMENT DIRECTORS CAITLIN BRODY, SERGIO KLETNOY
GLOBAL DESIGN DIRECTOR PARKER HUBBARD
DIRECTOR OF CONTENT PLANNING MILLY TRITTON
GLOBAL DESIGN DIRECTOR (EUROPE) JAN-NICO MEYER
GLOBAL VISUALS DIRECTOR (EUROPE) JAMIE SPENCE
EUROPEAN PRODUCTION DIRECTOR VICTORIA WILLAN
ASSOCIATE APAC (TAIWAN, INDIA, JAPAN) CONTENT OPERATIONS DIRECTOR VAV LIN

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE ESPAÑA

CHIEF BUSINESS OFFICER ELENA FERRERAS

FASHION AND LUXURY
DIRECTORA COMERCIAL DE VOGUE Y CATEGORY LEAD DE FASHION AND LUXURY CLARA MONTOYA
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, FASHION AND LUXURY LAURA CAPÓ, JUDITH MASES, GEMA CAMACHO

HEALTH AND BEAUTY
CATEGORY LEAD DE HEALTH AND BEAUTY PATRICIA VEGA DE SEOANE
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, BEAUTY AND HEALTH SUSANA HERNÁNDEZ, NOELIA GONZÁLEZ, CAROLINA PÉREZ, MARÍA GIL DE BIEDMA

CULTURE AND LIFESTYLE
DIRECTORA COMERCIAL DE GQ Y CATEGORY LEAD DE CULTURE & LIFESTYLE ESTHER GONZÁLEZ
DIRECTORA COMERCIAL DE VF Y ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER FOR VICE AMAIA MURUAMENDIARAZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER, CULTURE & LIFESTYLE ISABEL VALCÁRCEL, SANDRA PALOMO

HOME AND TRAVEL
DIRECTORA COMERCIAL DE AD Y CATEGORY LEAD DE HOME AND TRAVEL LAURA VELASCO
DIRECTORA COMERCIAL DE TRAVELER VICTORIA ÁLVAREZ
ADVERTISING SALES ACCOUNT MANAGER TRIANA PARÍS, MARÍA ROJAS

COORDINACIÓN JOSEFINA PARCO

DELEGADA ITALIA ELENA MARSEGLIA
DELEGADA NORTE ANA LÓPEZ

CONDÉ NAST COMMERCIAL CREATIVE SPAIN
DIRECTOR JORGE MADRID
HEAD OF OPERATIONS & SPECIAL PROJECTS MARÍA JIMÉNEZ
BRAND MARKETERS RAQUEL PLAZA, VERÓNICA MARTÍN MOLINA
HEAD OF PUBLIC RELATIONS VERENA BUSTILLO
DELIVERY MANAGER LAURA GARCÍA
PRODUCTION MANAGER RUTH VARILLAS

CONDÉ NAST EUROPE
DEPUTY MANAGING DIRECTOR EUROPE ANITA GIGOVSKAYA
SVP PEOPLE EUROPE DAVID DE LA IGLESIA
VP GLOBAL REVENUE & DIGITAL STRATEGY, EUROPE LINA CALZADO
VP FINANCE BUSINESS PARTNERING RAQUEL MARTÍN
SENIOR DIRECTOR PRINT PRODUCTION EMEA ENRICO ROTONDI
HEAD OF LEGAL EUROPE DANIELLA PALLETI
DIRECTOR OF ENGINEERING, SPAIN & GLOBAL CUSTOM SOLUTIONS RAFAEL MARTÍNEZ
SENIOR DIRECTOR, AUDIENCE PLANNING, EMEA & MÉXICO/LATAM LUIS PERALTA

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
CONSUMER MARKETING DIRECTOR BEATRIZ SÁNCHEZ GUILLÉN
DIRECTORA DE PEOPLE ANA RUIZ
DIRECTOR DE COMUNICACIÓN ALBERTO PEREIRA

PUBLICADO POR CONDÉ NAST

CHIEF EXECUTIVE OFFICER ROGER LYNCH
CHAIRMAN OF THE BOARD JONATHAN NEWHOUSE
CHIEF REVENUE OFFICER ELIZABETH HERBST-BRADY
CHIEF CONTENT OFFICER ANNA WINTOUR
CHIEF FINANCIAL OFFICER NICK HOTCHKIN
CHIEF PEOPLE OFFICER STAN DUNCAN
CHIEF CORPORATE AFFAIRS AND COMMUNICATIONS OFFICER DANIELLE CARRIG
CHIEF PRODUCT AND TECHNOLOGY OFFICER VASANTH WILLIAMS
CHIEF CONTENT OPERATIONS OFFICER CHRISTIANE MACK

EDICIONES
ALEMANIA AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **ESPAÑA** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **ESTADOS UNIDOS** AD, ALLURE, ARS TECHNICA, BON APPÉTIT, CONDÉ NAST TRAVELER, EPICURIOUS, GLAMOUR, GQ, PITCHFORK, TEEN VOGUE, THE NEW YORKER, VANITY FAIR, VOGUE, WIRED **FRANCIA** AD, GQ, VANITY FAIR, VOGUE **INDIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE **ITALIA** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, LA CUCINA ITALIANA, VANITY FAIR, VOGUE **JAPÓN** GQ, VOGUE, WIRED **MÉXICO Y LATINOAMÉRICA** AD, GQ, VOGUE, WIRED **ORIENTE MEDIO** AD, CONDÉ NAST TRAVELLER, GQ, VOGUE, WIRED **REINO UNIDO** CONDÉ NAST JOHANSENS, CONDÉ NAST TRAVELLER, GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN, TATLER, THE WORLD OF INTERIORS, VANITY FAIR, VOGUE, VOGUE BUSINESS, WIRED **TAIWÁN** GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO ASOCIACIÓN
BRASIL GLAMOUR, GQ, VOGUE

PUBLICADO BAJO LICENCIA O COLABORACIÓN DE DERECHOS
ADRIA VOGUE **ALEMANIA** GLAMOUR **AUSTRALIA** GLAMOUR, GQ, VOGUE **BULGARIA** GLAMOUR **CHINA** AD, CONDÉ NAST TRAVELER, GQ, VOGUE **COREA** ALLURE, GQ, VOGUE **ESCANDINAVIA** VOGUE **FILIPINAS** ALLURE, GQ, VOGUE **GRECIA** VOGUE, WIRED **HONG KONG** GQ, VOGUE **HUNGRÍA** GLAMOUR **PAÍSES BAJOS** GQ, VOGUE **POLONIA** AD, GLAMOUR, GQ, VOGUE **PORTUGAL** VOGUE **REPÚBLICA CHECA Y ESLOVAQUIA** VOGUE, WIRED **SINGAPUR** GQ, VOGUE **SUDÁFRICA** GLAMOUR, GQ, HOUSE & GARDEN **TAILANDIA** GQ, VOGUE **TURQUÍA** GQ, VOGUE, WIRED **UCRANIA** VOGUE

EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11. 28046 MADRID. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. DEPÓSITO LEGAL M-25788-2012
IMPRESIÓN: ROTOCOBRHI. RONDA DE VALDECARRIZO, 13. TRES CANTOS. 28760. MADRID. TEL. 918 031 676. SOBREPRECIO PARA CANARIAS: 0,20 €.

PRECIO DE SUSCRIPCIÓN: 66 €. TELÉFONO DE ATENCIÓN AL CLIENTE: +34 983 008 401

© DE LAS REPRODUCCIONES AUTORIZADAS, VEGAP, MADRID 2025.

EDICIONES CONDÉ NAST S.L.
(PUBLICIDAD Y REDACCIÓN) PASEO DE LA CASTELLANA, 9-11 28046 MADRID.

VOGUE ESPAÑA NO SE HACE NECESARIAMENTE RESPONSABLE DE LAS OPINIONES VERTIDAS POR LOS COLABORADORES EN SUS ARTÍCULOS. © EDICIONES CONDÉ NAST, S.L. RESERVADOS TODOS LOS DERECHOS. PROHIBIDA SU CITA, REPRODUCCIÓN, EDICIÓN O TRANSMISIÓN TOTAL O PARCIAL POR CUALQUIER MEDIO Y EN CUALQUIER SOPORTE SIN LA AUTORIZACIÓN ESCRITA DE EDICIONES CONDÉ NAST, S.L, AUN CITANDO LA PROCEDENCIA. DIRÍJASE A CEDRO SI NECESITA REPRODUCIR ALGÚN FRAGMENTO DE ESTA OBRA: WWW.CONLICENCIA.COM. DEPÓSITO LEGAL: M-25788-2012 / ISSN 0750-3849

EDICIONES CONDÉ NAST S.L. ES UNA EMPRESA SOSTENIBLE CERTIFICADA POR:

AENOR Gestión Ambiental UNE-EN ISO 14001 GA-2012/0389

IQNet

PEFC PEFC/14-38-00159

AENOR HACIA RESIDUO CERO RC-2020/0017

RECICLA Al Azul

Asociación de Revistas

Revistas.PeruRadio.net.pe

Alhambra, celebrando la suerte desde 1968

Van Cleef & Arpels

Haute Joaillerie, place Vendôme desde 1906

Madrid - Barcelona
vancleefarpels.com
+34 914 149 303

Revistas.PeruRadio.net.pe

Alhambra
Sautoir

Revistas.PeruRadio.net.pe

CARTA DE LA EDITORA
Por Inés Lorenzo

Penélope Cruz lleva vestido de ALAÏA.

Hay tantas capas en el éxito como en un proyecto de LOS JAVIS. Echando mano de cultura pop, y en general, es una delicia degustar todo lo que hay en ellos de compromiso, redención y riesgo. Su capital cultural es inmenso, y su capacidad para digerirlo, y transformarlo en algo nuevo e impactante, también. Es maravilloso tenerlos en 'Vogue' enarbolando el proyecto que promete llevarlos a otra esfera, la del éxito global (ya anticipado con el de 'La Mesías', y su premio compartido a mejores directores en el último Festival de Cannes), justo antes de que estrenen 'La bola negra' y todo estalle (en el mejor de los sentidos) en mil pedazos. Breve, pero intensa, es la presencia de PENÉLOPE CRUZ en el film. Explosiva y memorable, deja una estela de Oscar en los pocos minutos que aparece en la película, suficientes para haberla convertido en uno de los atractivos del proyecto. No es el único acierto anual de la intérprete madrileña. También su papel en 'La invitación', la última creación de Olivia Wilde, le hace guiños a esa codiciada segunda estatuilla. En un esfuerzo promocional sin precedentes, España ha redescubierto a una nueva y espontánea Penélope que degusta pimientos picantes, baila por la selección al ritmo de su querido Bad Bunny y habla de menopausia sin complejos demostrando que de capas ella sabe mucho, y que su magnético poder no reside en otra cosa que seguir siendo ella misma en cada uno de los contextos que la vida le quiera deparar. Cerramos el ciclo del talento patrio con otra emperatriz de la moda y la empresa, MARTA ORTEGA. Artífice de otro fenómeno fulgurante, una reinvención del gigante Zara avalada por números e industria, abre a 'Vogue' las puertas en una entrevista honesta que desgrana su exitosa fórmula de trabajo y vida. Bravo por ellos.

FOTO: SEAN & SENG. ESTILISMO: ENIOLA DARE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Selena Forrest
The Rothko Chapel, May 2026 in Houston, Texas

loropiana.com

Loro Piana

Revistas.PeruRadio.net.pe

HAN COLABORADO

Sean & Seng

El dúo creativo vuelve a las páginas de *Vogue* España para firmar la portada con Penélope Cruz. "Estábamos muy ilusionados –y quizá también un poco intimidados– ante la idea de fotografiarla. Ha protagonizado tantos momentos icónicos, en la moda como en el cine, que era un verdadero privilegio colaborar con ella", confiesan sobre la emoción que supuso para ellos trabajar con la actriz española. El resultado puede verse en *Penélope*. ➳ 140

Alana S. Portero

Con su segunda novela a punto de caramelo, la escritora buscó un hueco para entrevistar a Penélope Cruz en una conversación única en la que hablaron de los nuevos proyectos de la actriz española y del momento que atravesamos. "Hablar con Penélope ha sido un reencuentro con la esperanza a pesar de las dificultades", confiesa la autora madrileña. La charla, al completo, en *Penélope*. ➳ 140

Yago Castromil

El fotógrafo coruñés firma las imágenes de la entrevista con Javier Ambrossi y Javier Calvo en un tema en el que la arquitectura y el espacio se ponen al servicio de la complicidad de los directores. Una sesión que verá la luz algo antes de que se estrene el último proyecto de los realizadores españoles en el que, además, Penélope Cruz tiene un papel estelar. *La otra historia*. ➳ 154

Eniola Dare

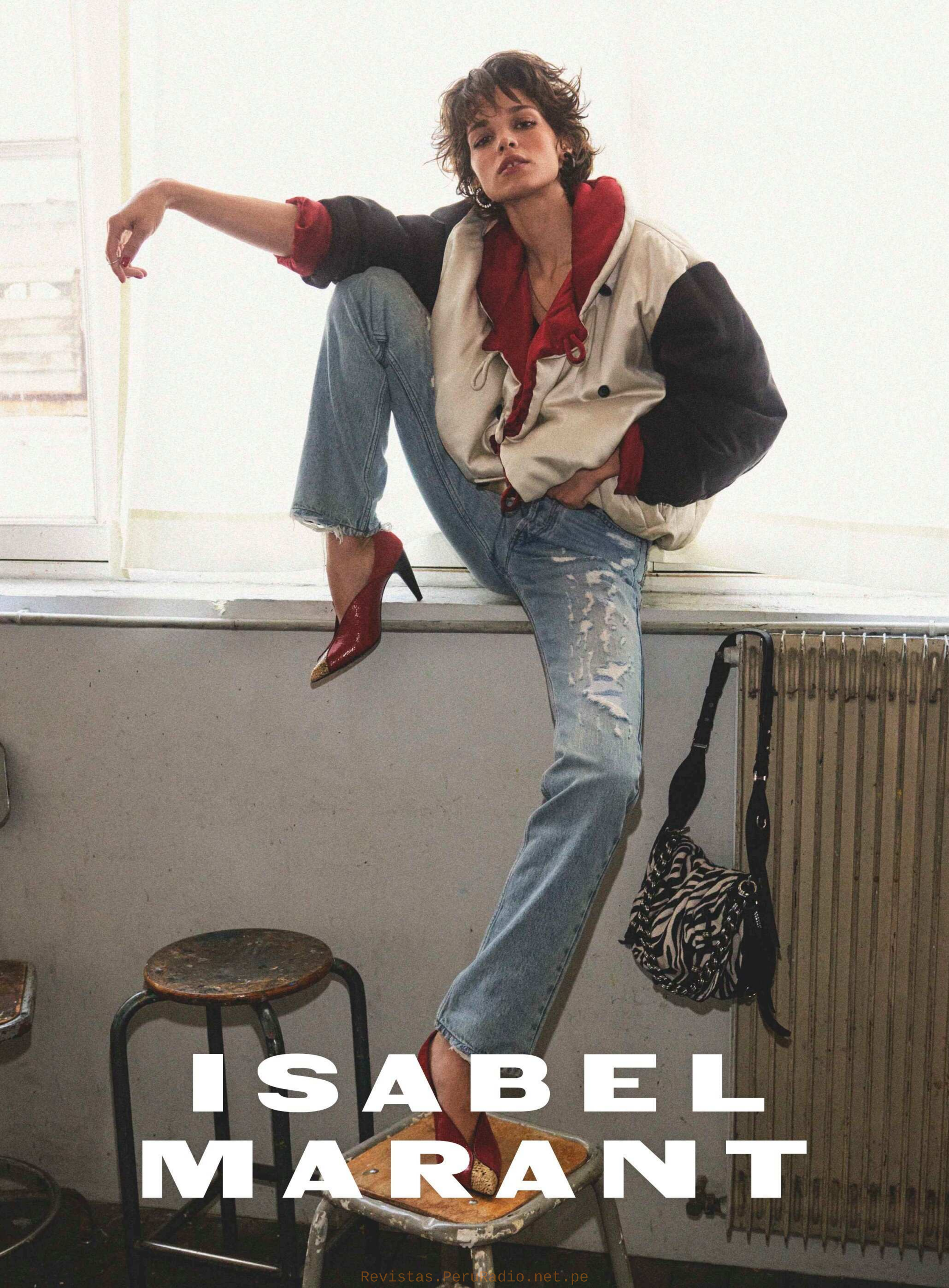
La estilista se ocupó de construir los *looks* del reportaje de portada. "Quería que la sencillez de las prendas permitiera que la belleza y la presencia de Penélope brillarán por sí solas", apunta sobre su punto de partida. Y visto el resultado, parece que la británica cumplió con creces su objetivo. *Penélope*. ➳ 140

Beatriz Machado

Habitual de las páginas de la revista, la estilista firma en esta ocasión el vestuario de la entrevista con Los Javis, una producción concebida para reflejar el fuerte magnetismo del dúo creativo. "Fue emocionante poder vestir a dos personas tan talentosas en una localización tan bonita", recuerda de aquel día. El reportaje entero con los directores de moda, a punto de estrenar *La bola negra*, está en *La otra historia*. ➳ 154

FOTOS: FLOR DOWNES. D.R. TEXTOS: UXUE BELTRÁN DE HEREDIA.

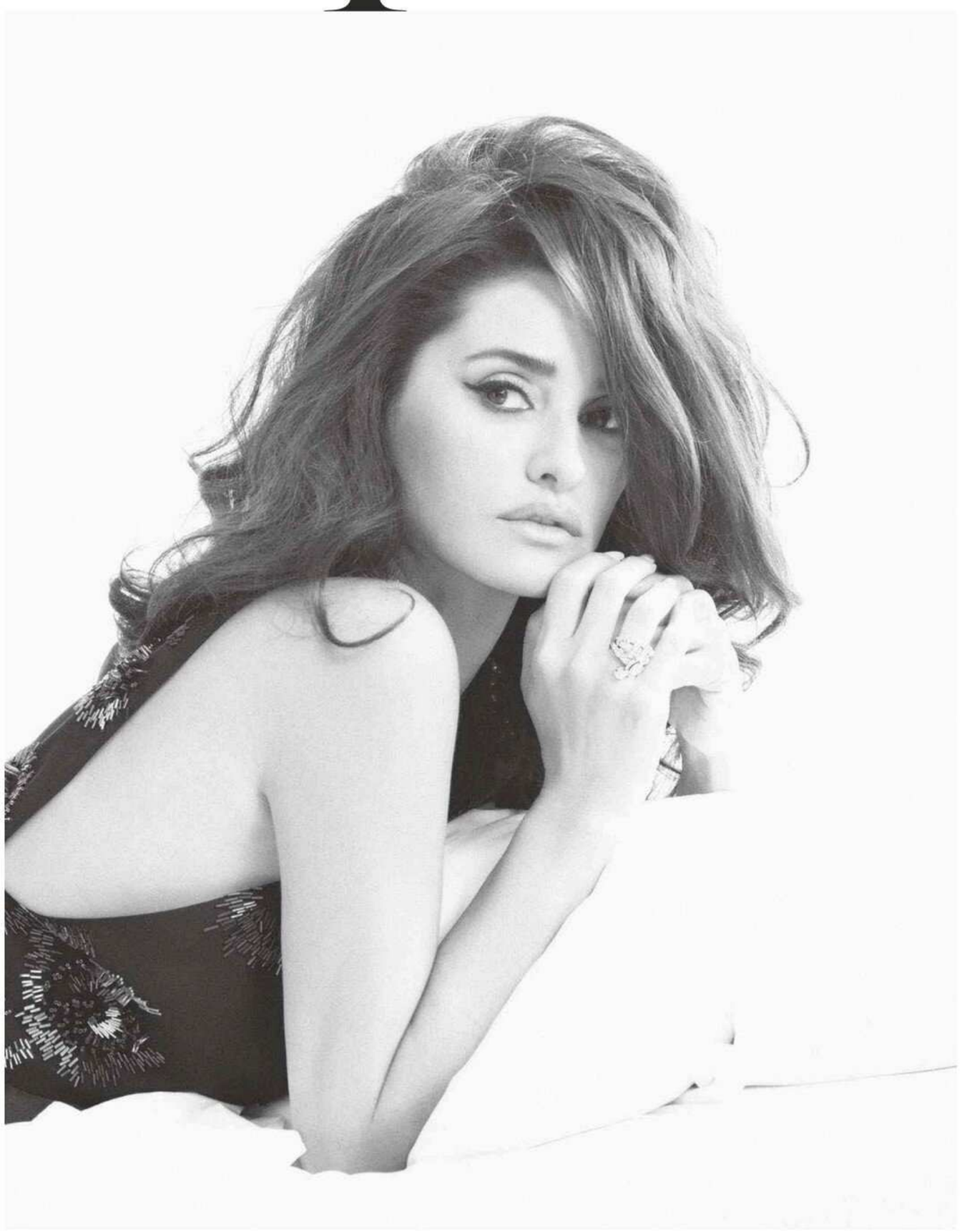
Revistas.PeruRadio.net.pe



Revistas.PeruRadio.net.pe

SUMARIO

Septiembre



Arriba y en portada, Penélope Cruz lleva vestido de CHANEL; *y anillo Tweed Ruban en oro blanco de 18 quilates engastado con diamantes, de* CHANEL HIGH JEWELRY.

Fotografía: SEAN & SENG. *Estilismo: Eniola Dare. Maquillaje y peluquería: Pablo Iglesias (NS Management) para Chanel. Manicura: Lucero Hurtado. 'Set design': Belén Vallejo. Sastre: Nicolas Maire. Ayudante de fotografía: Tom Hill. Ayudantes de estilismo: Emmanouela Megkistou y Paloma Gutiérrez. Producción: ALANA.*

26 CARTA

28 HAN COLABORADO
En el número de septiembre.

EN VOGUE

36 ACCESORIOS
El 'color block' sirve de hilo conductor a los accesorios con más carácter de la temporada.

48 TENDENCIAS
Los ocres paisajes segovianos, telón de fondo perfecto para una moda minimalista.

66 ANÁLISIS
La sastrería se mueve en un vaivén de infinitos códigos que reformulan el significado clásico de la autoridad.

68 PREMIO
Ernesto Naranjo, Evade House y Rus, finalistas de Vogue Fashion Fund.

74 FIRMA
Tras trece años al frente de Sézane, Morgane Sézalory da un giro a la marca para que sea un fiel reflejo de ella.

AGENDA

80 ARTE
Elena Rocabert, la creación como ejercicio multidisciplinar.

86 LIBRO
'Fantasma', el libro donde Nerea Pérez de las Heras narra cómo reconstruyó su vida tras perder parte de una de sus piernas.

88 MÚSICA
Claudia Arenas lanza el primer sencillo de su carrera en solitario tras salir de 'OT'.

90 EXPOSICIÓN
Faro Santander echa a andar con una muestra de la pintora Leonora Carrington.

BELLEZA

94 'RENTRÉE'
Seis pilares clave para empezar la temporada renovadas y en equilibrio.

98 LIBRO
Carmen Lanchares publica su primer libro, un ensayo honesto y realista sobre la ciencia de la longevidad.

Revistas.PeruRadio.net.pe

MESSIKA

PARIS

Revistas.PeruRadio.net.pe

SUMARIO

102 ESENCIAS
El universo de los perfumes se reinventa con nuevas brumas ligeras e hidratantes para cuerpo, pelo y ropa.

104 SALUD
La importancia de cuidar nuestra microbiota y lo que comemos cuando viajamos.

106 PRIMERA PERSONA
Meditar en la oficina; parar como gesto de resistencia.

110 'FITNESS'
La 'zona cero', la importancia del movimiento consciente como uno de los pilares de nuestro día a día.

112 MAQUILLAJE
Los coloretes se renuevan con nuevos formatos y texturas que alimentan el furor por ellos.

114 CABELLO
La IA y la ciencia predictiva se alían en una nueva era de la longevidad capilar.

LIVING

120 PROYECTO
Gabriela Serrats aparcó la moda y, ahora, sus cuadros y tapices causan furor en la escena creativa madrileña.

MODA Y REPORTAJES

126 MATERIA PRIMA
Un estilo minimalista, desenfadado y relajado, impregna una moda que rinde tributo al 'grunge'.

140 PENÉLOPE
La escritora Alana S. Portero conversa con la actriz en un año de estrenos sobresalientes.

154 LA OTRA HISTORIA
Los Javis estrenan 'La bola negra', un largometraje que ahonda en las existencias 'queer' a través de un escrito inacabado de Lorca.

168 LAZOS DE FAMILIA
Marta Ortega lidera Zara, e Inditex, con la mirada puesta en las relaciones humanas, una imagen sólida y una infraestructura fascinante.

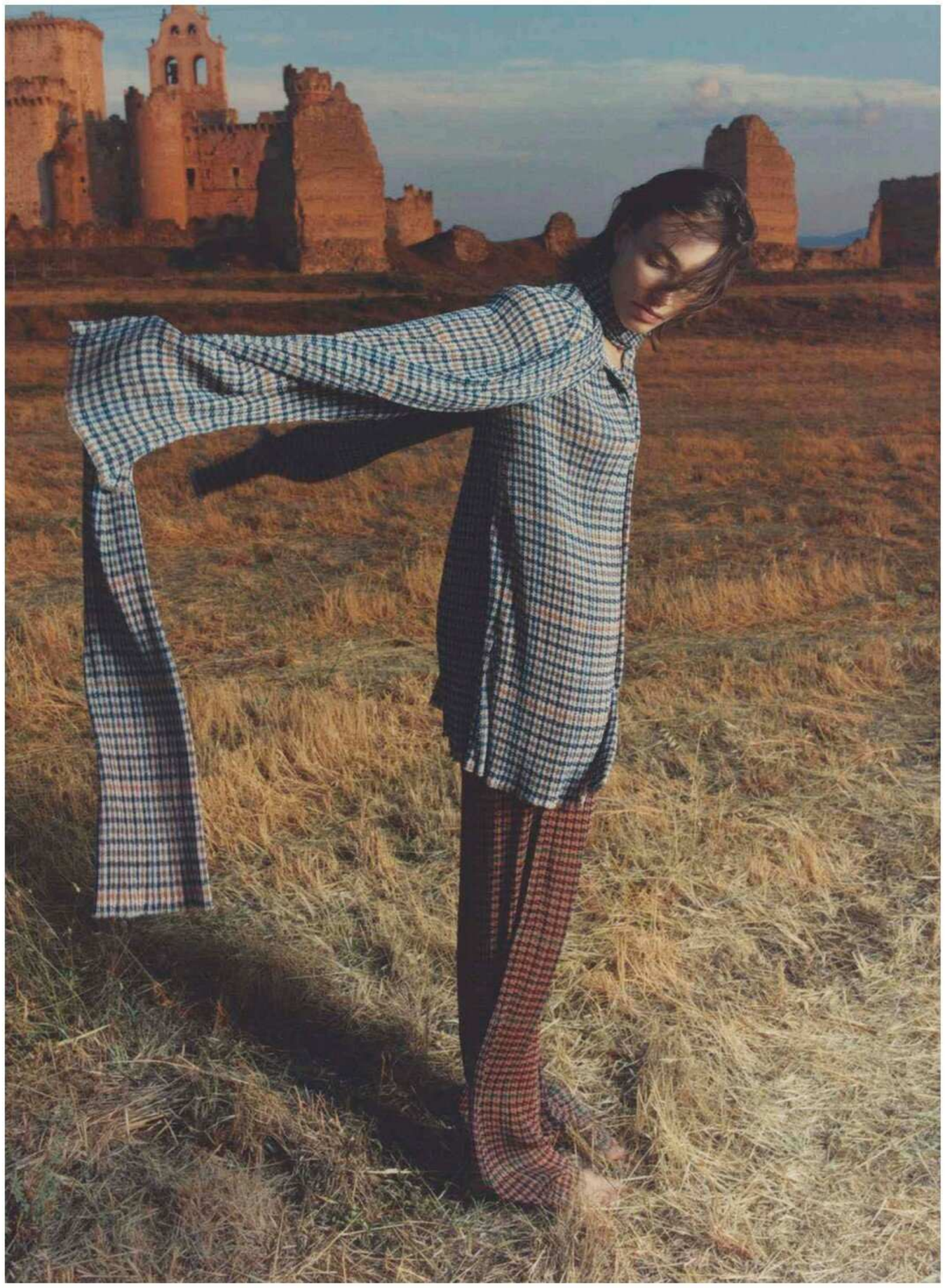
176 GUCCIVERSO DEMNA
El diseñador georgiano maneja el legado de Gucci y se enfoca en la reinvención de la megafirma.

184 CAMBIO DE ESTACIÓN
Joan Smalls, Caroline Trentini y Jessica Miller se adentran en la bucólica campiña británica luciendo los abrigos de la temporada.

198 VITTORIA
Una moda en la que conviven los opuestos y en la que la línea entre lo masculino y lo femenino se difumina.

210 EL DESEO
La pulsera Love de Cartier se reinventa.

Abajo, Helena Olmedo lleva camisa y pantalón, ambos de DIOR.



Revistas.PeruRadio.net.pe

BIMBA Y LOLA

FW26 Campaign
Ana Rujas

bimbaylola.com

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

El 'COLOR BLOCK' *–en su versión vibrante, magnética y exuberante– sirve de hilo conductor a los accesorios con más carácter de la nueva temporada. Fotografía* ÓSCAR CALLEJA. *Estilismo* PATRICIA LÓPEZ.

PASARSE *el* JUEGO

Revistas.PeruRadio.net.pe

Zapatos de salón con cristales, de GUCCI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bolso Baguette Re-Edition con bordados y espejos, de FENDI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

'Mules' de piel,
de CHANEL.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Minibolso 1981 de piel, de
EMPORIO ARMANI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Zapatos Dior Romance con estampado PolkaDior, de DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bolso Whisker de piel, de LOEWE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bolso Carry de piel, de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bolso Bundle Trunk de piel, de LOUIS VUITTON.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bolso Mimi, de
CAROLINA HERRERA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EN VOGUE

Sandalias de satén bordado con cuentas, de MIU MIU.

'Set design': Aida Salán. Ayudante de fotografía: Rafael Benito. Ayudante de 'set design': Sofía Pinto. Ayudante de producción: Marta Díaz.

Revistas.PeruRadio.net.pe

LOLA CASADEMUNT

BARCELONA

45 Years dreaming

Revistas.PeruRadio.net.pe

PUERTAS *al* CAMPO

Los últimos compases del ESTÍO *en la estepa* SEGOVIANA *se tiñen de ocres, mientras dibujan una moda adusta y exquisita, con mezcla de texturas y hechuras minimalistas. Fotografía* PABLO ZAMORA. *Estilismo* ANA TOVAR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

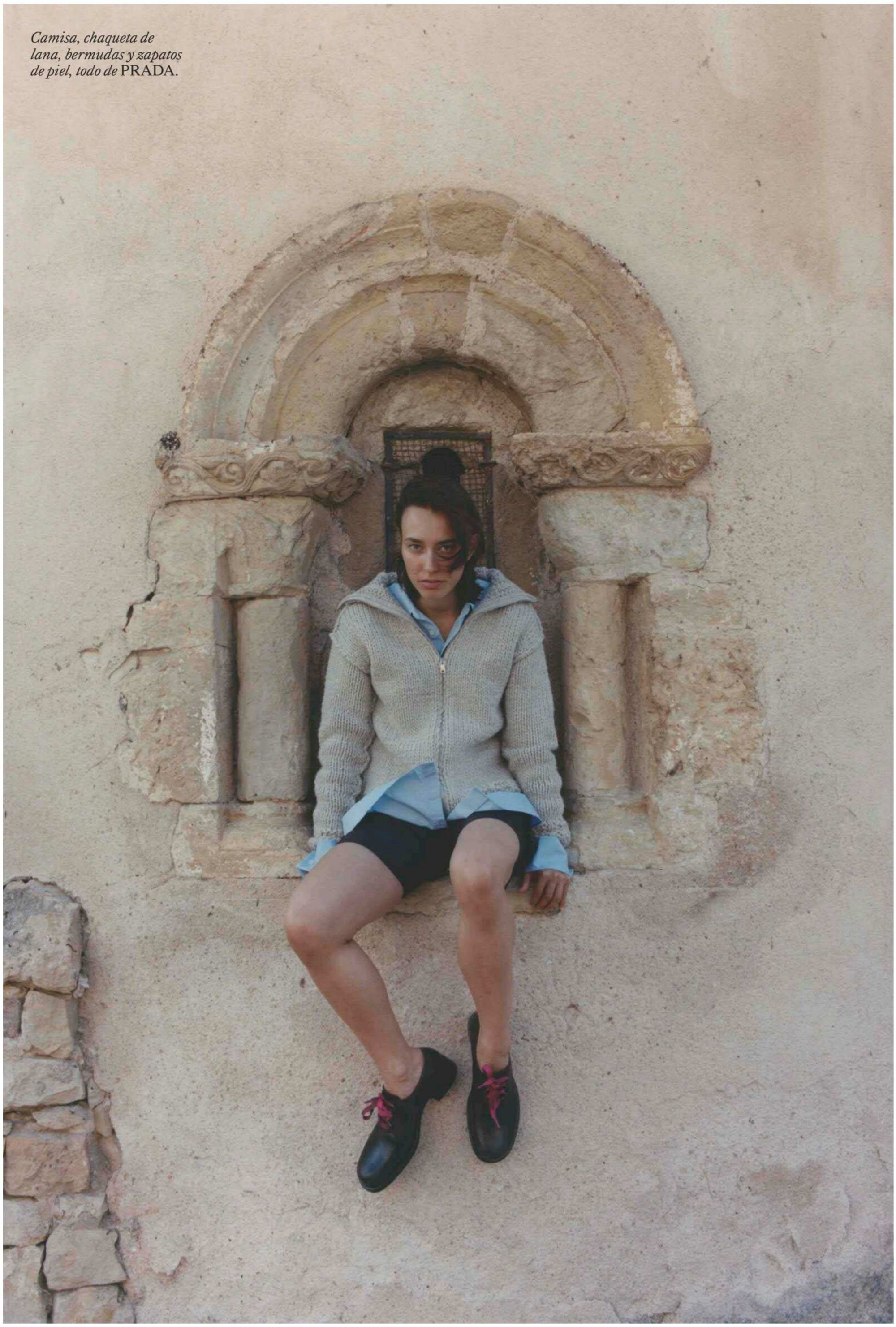
En esta doble página, Helena Olmedo lleva camisa, falda de 'tweed' y zapatos de piel, todo de CHANEL.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Abrigo de piel, de MIU MIU; *y bufanda de* STELLA McCARTNEY.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Camisa, chaqueta de lana, bermudas y zapatos de piel, todo de PRADA.



Revistas.PeruRadio.net.pe

EN VOGUE

Con el castillo de Turégano de fondo, Helena Olmedo luce camisa y pantalones, todo de DIOR.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Vestido elástico, de GUCCI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Camisa de CELINE;
pantalón de lana y tocado,
ambos de LORO PIANA.

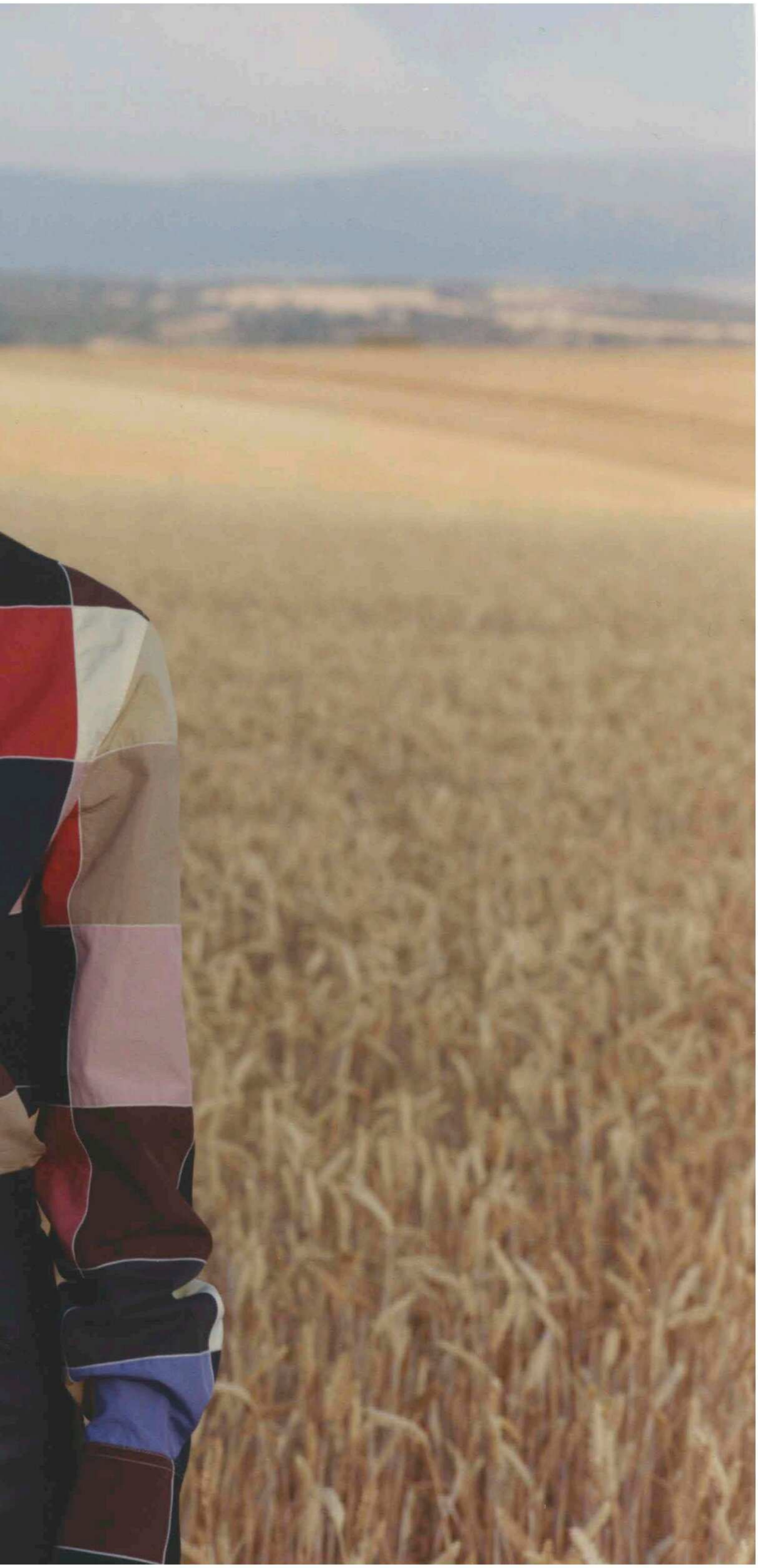
Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta doble página,
camisa y 'leggings',
ambos de LOEWE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

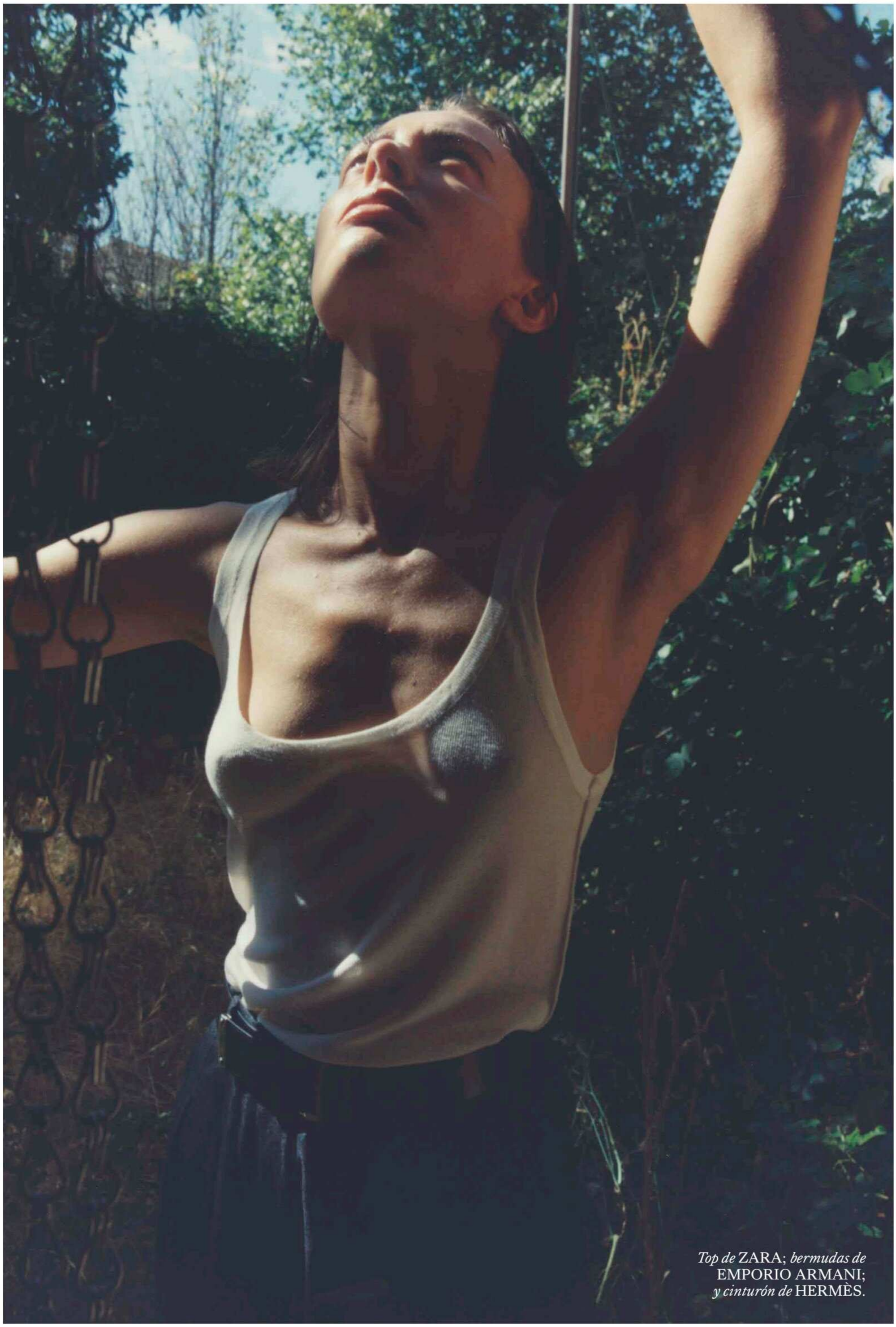


Camisa y pantalón de piel, ambos de MARNI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

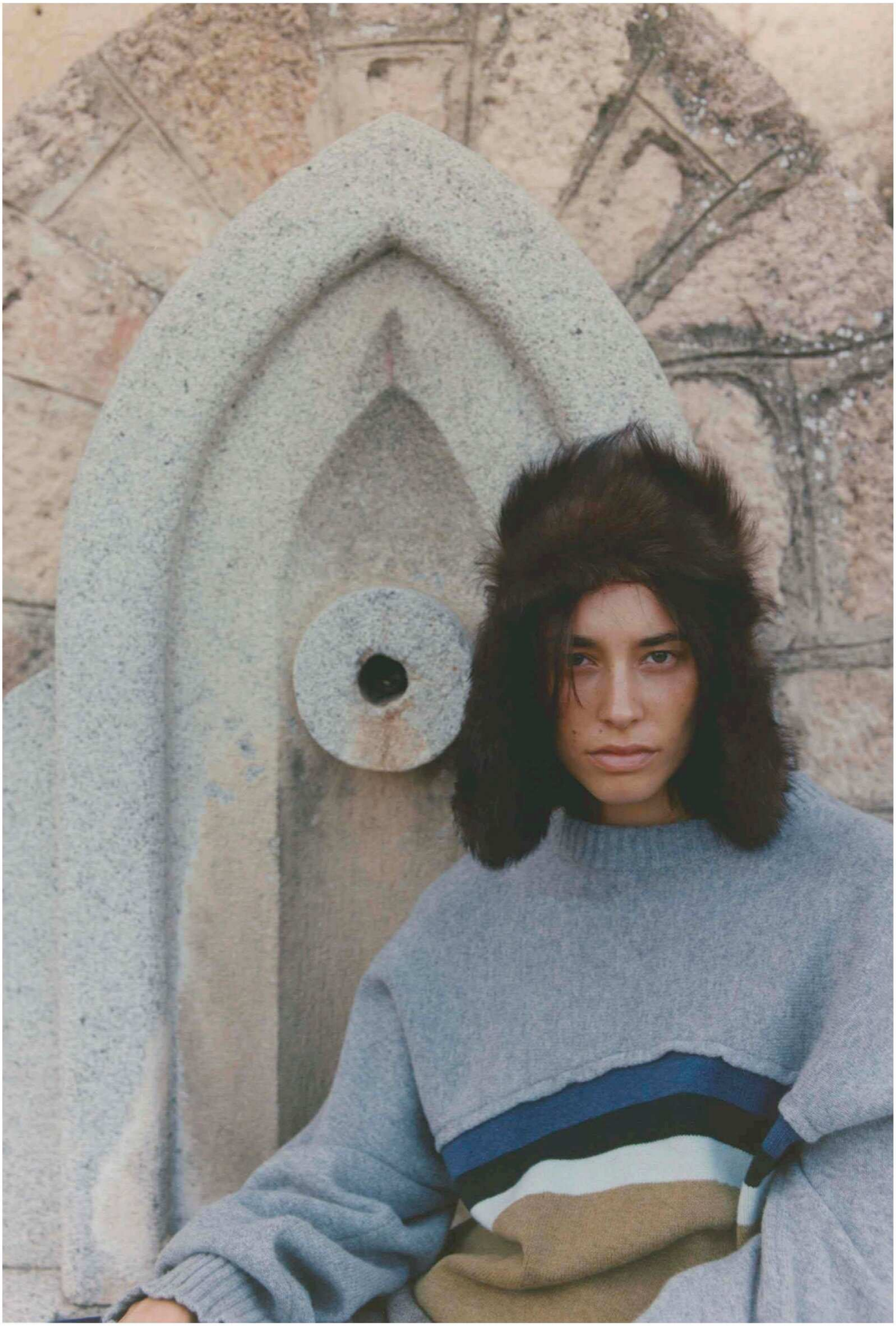
Camisa y pantalón vaquero,
ambos de FENDI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

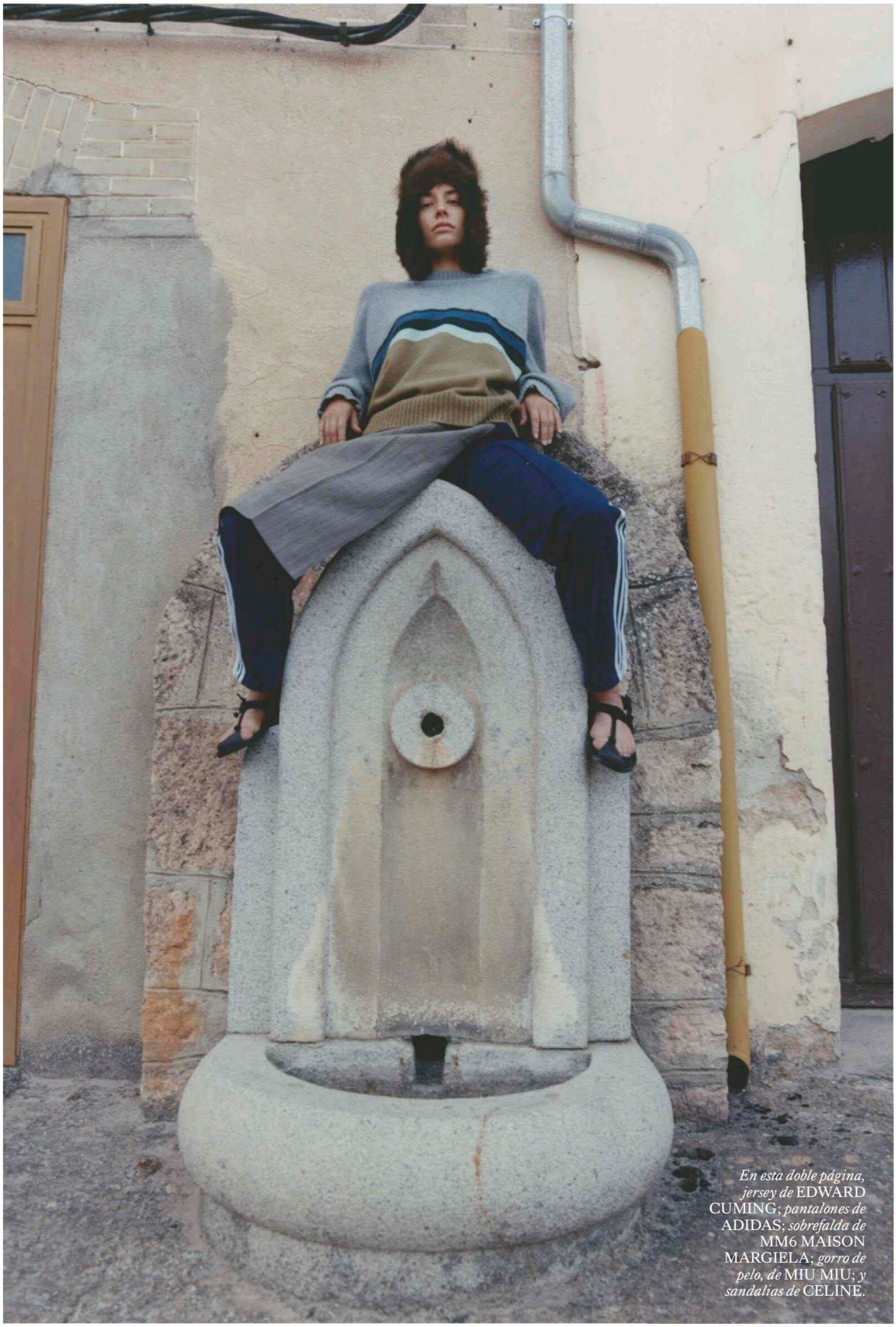


Top de ZARA; *bermudas de*
EMPORIO ARMANI;
y cinturón de HERMÈS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

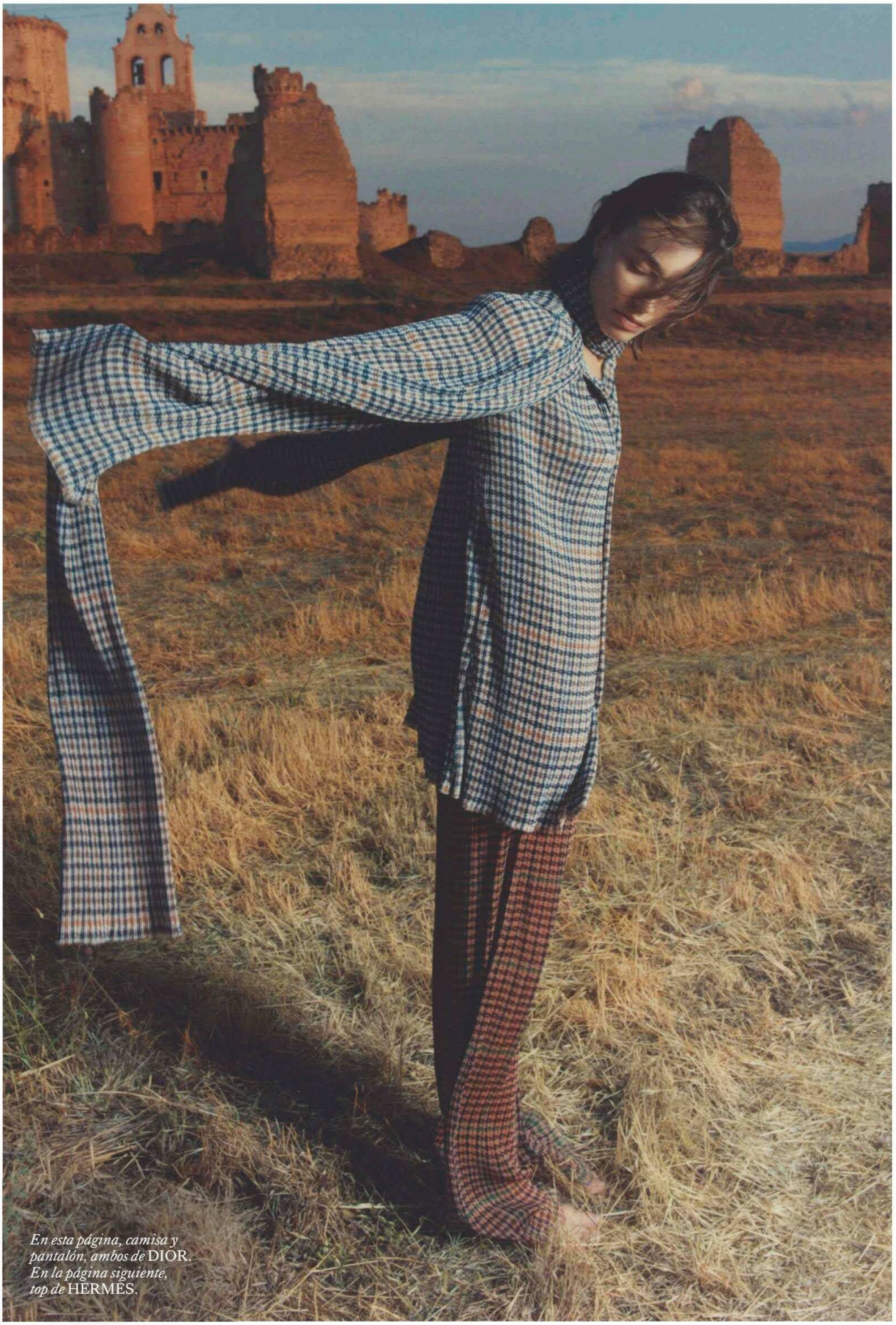


Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta doble página, jersey de EDWARD CUMING; *pantalones de* ADIDAS; *sobrefalda de* MM6 MAISON MARGIELA; *gorro de pelo, de* MIU MIU; *y sandalias de* CELINE.

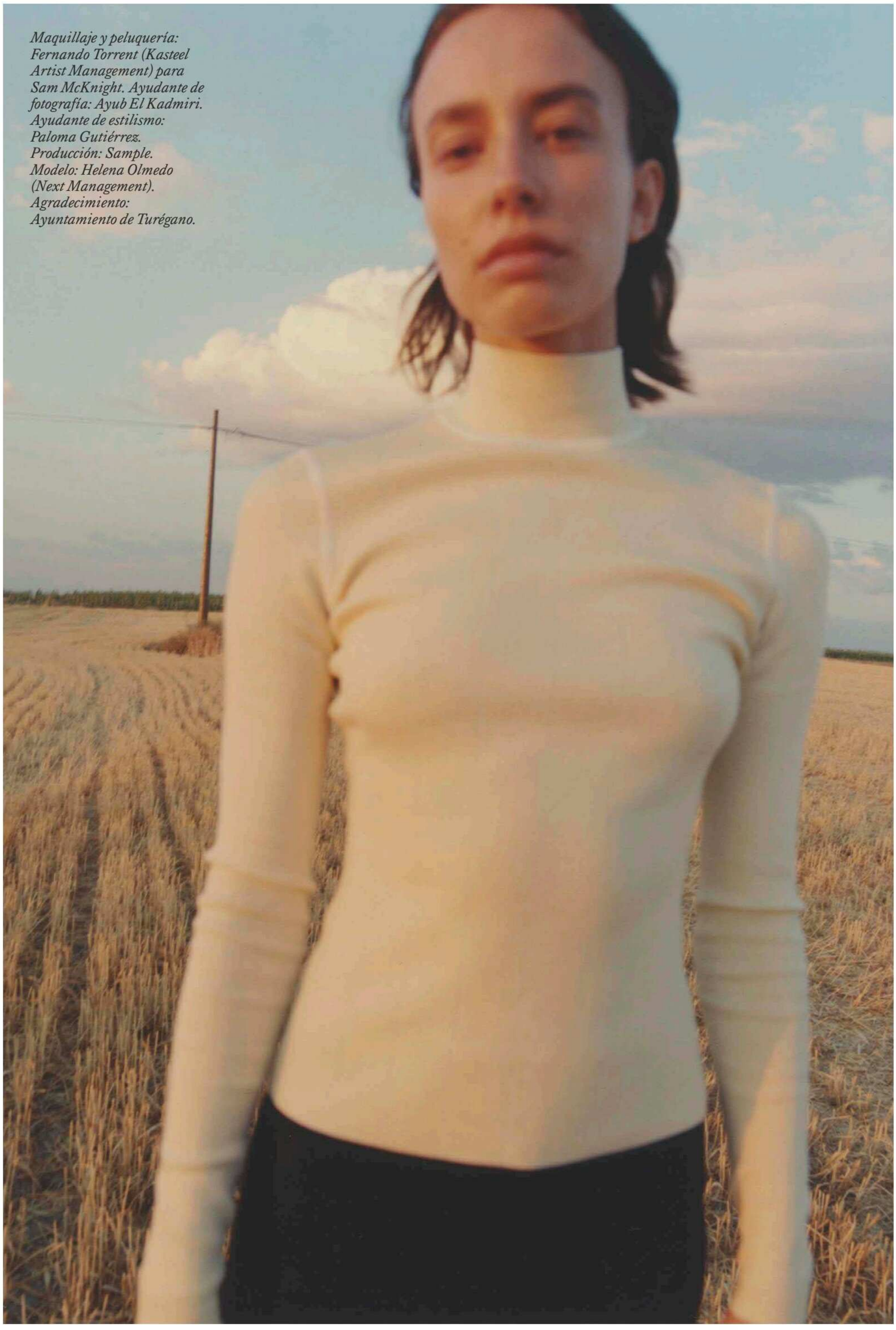
Revistas.PeruRadio.net.pe



En esta página, camisa y pantalón, ambos de DIOR. *En la página siguiente, top de* HERMÈS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Maquillaje y peluquería: Fernando Torrent (Kasteel Artist Management) para Sam McKnight. Ayudante de fotografía: Ayub El Kadmiri. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Producción: Sample. Modelo: Helena Olmedo (Next Management). Agradecimiento: Ayuntamiento de Turégano.



Revistas.PeruRadio.net.pe

ARMAS DE MUJER

Del atuendo más MASCULINO *y tradicional al giro* DESENFADADO *de algunas marcas, este otoño la* SASTRERÍA *se mueve en un vaivén de* CÓDIGOS *(casi) infinitos que reformulan la significación clásica de la* AUTORIDAD. *Por* NURIA LUIS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Y

ves Saint Laurent vistió la revolución de negro, volantes y lazada al cuello; empoderó a la mujer con una adaptación del esmoquin masculino que hizo historia. Hoy, justo sesenta años después, el *look* de poder no podría ser más diferente. Ni más variado. Anthony Vaccarello sigue actualizando el hito de su predecesor a base de patrones *oversize*, sí, pero este otoño el traje crece y mengua como la luna. Gucci recupera la silueta estrecha de los 2000, al tiempo que Calvin Klein, Phoebe Philo o Bottega Veneta despliegan unas hechuras mastodónticas.

Hace tiempo que la pasarela no proponía una sastrería tan oscilante. Por un lado se podría citar el atuendo más canónico, al puro estilo lobo de Wall Street, del que hace gala Tom Ford. No falta la raya diplomática, ni la corbata o la camisa impoluta, que dan pie a diferentes interpretaciones. "Creo que las adaptaciones muy literales del estilo sartorial masculino apuntan a un rechazo o una resistencia frente a los estilos hiperfemeninos que inundan el mercado, como los vestidos bucólicos y los conjuntos de aire recatado", opina Emma McClendon, historiadora de moda en la Universidad de Georgetown. "En un panorama sociopolítico cada vez más conservador, este estilo subvierte el binarismo de género heteronormativo promovido por los partidos de derechas". La experta se muestra tajante: lejos queda el carácter dopamínico que surgió tras la pandemia. Hoy el *power dressing* se percibe más bien como una armadura: "Las referencias tan masculinas transmiten una actitud tan defensiva como ofensiva: protegen el cuerpo y, al mismo tiempo, proyectan fortaleza", medita. "Estas mujeres no están para juegos. Sus derechos están siendo atacados en todo el mundo. El *look* ejecutivo ya no se limita únicamente al ámbito profesional".

Para ella, las hombreras de *quarterback* que triunfan esta temporada se moverían en la misma línea. No obstante, hay quien ve este detalle con otro enfoque que nada tiene que ver con su concepción ochentera de autoridad. "Hoy se usan más bien como una opción estilística que explora, de manera lúdica, la silueta y nuevas estructuras", matiza Daniel Poulson, responsable del grado de sastrería a medida en el centro London College of Fashion. Pone a Sarah Burton como ejemplo: "Bajo su dirección, Givenchy ha aportado un toque femenino a figuras afiladas y formas masculinas, incorporando adornos florales y bordados", comenta. Para la consultora de imagen política y liderazgo María Francés, la imagen corporativa en 2026 no pasa por demostrar que una mujer ocupa un espacio de poder, a pesar de que sus elementos (corbata, camisas estructuradas...) apenas hayan cambiado: "Ya no nos dicen cómo debemos vestirnos para parecer competentes, sino que somos nosotras quienes decidimos qué códigos nos ayudan a proyectar la autoridad que queremos comunicar", sopesa.

En el otro extremo, el péndulo de las tendencias también aboga este otoño por una renovación del lenguaje sartorial. Boss adorna a sus ejecutivas con broches florales de piel. Dior suaviza las líneas de sus chaquetas Bar: "Hemos eliminado toda estructura", concedía su director creativo Jonathan Anderson en el *backstage*. Mientras, Chanel remite a los años 20 a través del nuevo tiro de sus faldas. Jean Paul Gaultier sustituye la americana por una chaqueta *bomber*, en un giro urbano del corporativismo que Sacai lleva defendiendo desde hace varios años. En el plano cromático, los matices 'serios' como el azul marino o el negro conviven con un azul eléctrico (como el de Stella McCartney) o el beis claro (visto en Schiaparelli). "La sastrería continúa construyendo credibilidad, pero su color permite decidir cómo queremos que sea percibida: más cercana, creativa, sofisticada o contundente", reflexiona Francés. "Resulta liberador ver cómo diseñadores y fabricantes adoptan un espectro tonal más dinámico y contemporáneo", añade Poulson. "Esto se refleja en las colecciones de tejidos desarrolladas por proveedores de todo el mundo. Desde los sutiles moteados de Linton Tweeds para Chanel hasta los extravagantes estampados y bordados de Dries Van Noten, se despliega ante nosotros un amplio abanico de propuestas", dice entusiasmado.

Aunque este oficio siga empleando procesos y técnicas convencionales, Poulson ve lógica su evolución con el paso del tiempo: "Vivimos en una época en la que los límites están mucho menos definidos. El deseo de liberarse de la uniformidad ha influido cada vez más en la redefinición de los códigos de vestimenta para el consumidor del siglo XXI. Los diseñadores y sastres juegan cada vez más con los materiales, los detalles y los adornos" explica. El fenómeno, como señala María Francés, no es nuevo: a través de una sastrería más fluida, Giorgio Armani ya empezó a cuestionar en los años 80 que el poder se rigiese por un único uniforme posible. "Yo no hablaría tanto de relajación como de libertad"; puntualiza al respecto de estos nuevos códigos. "La autoridad nunca ha dependido de la rigidez, sino de la precisión. Incluso cuando la silueta es más relajada, el patrón sigue siendo determinante".

El traje de chaqueta, desde luego, no escapa al pastiche visual que define la pasarela en 2026. Y es que hasta los códigos más opuestos son capaces de convivir en armonía: "Creo que lo que une hoy las versiones suaves y angulosas del *power dressing* es el aire más audaz y serio de los estilismos", expone McClendon. "Aunque las firmas incorporen elementos surrealistas y lúdicos en los bajos y los detalles, los conjuntos de sastrería transmiten una agresividad y seriedad generales". Para Francés, esta dicotomía es reflejo del momento de contradicciones actual, mientras Poulson lo ve como fruto del deseo de singularidad del consumidor: "Abrazar la individualidad constituye el nuevo referente de sastrería, por eso los extremos pueden coexistir incluso dentro de una misma marca", justifica. "Se redefinen los cortes y la construcción tradicionales de la firma, reinventando la artesanía para una generación orientada hacia el futuro". Las opiniones son tan variopintas como los detalles sartoriales. Quizá porque ya no pueden unificarse bajo una única intención. Sarah Burton concibe a la clienta Givenchy como un perfil que engloba todos los tipos de mujer. Al final, cada una emplea sus armas estilísticas como mejor sabe (y puede), aunque la coyuntura social sea igual de sombría para todas.

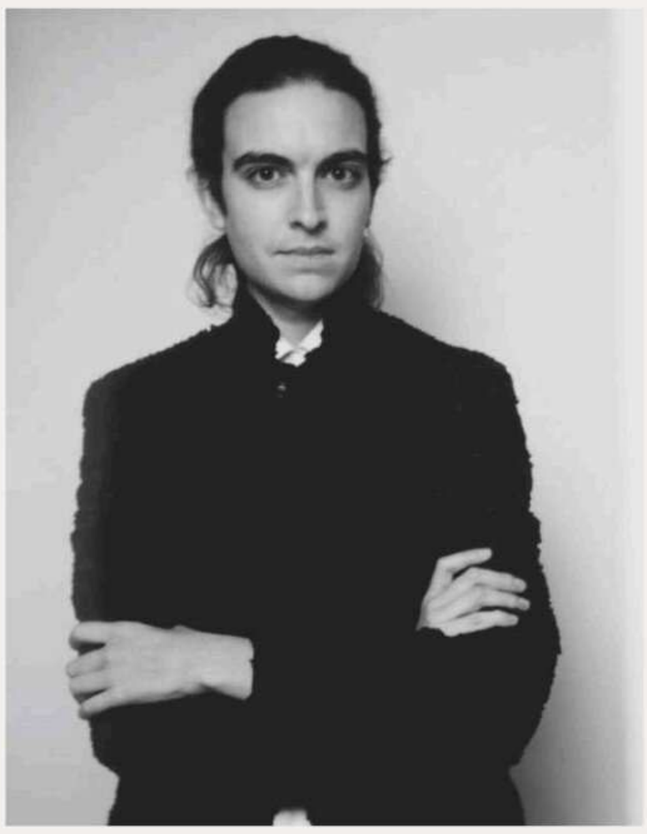
DE IZDA. A DCHA. Y DE ARRIBA ABAJO: DIOR, GIVENCHY, GUCCI, CHANEL, STELLA MCCARTNEY, TOM FORD, JEAN PAUL GAULTIER. FOTOS: LAUNCHMETRICS.COM / SPOTLIGHT. 'COLLAGE': LORETO MORALES.

Revistas.PeruRadio.net.pe

EN SU MEJOR MOMENTO

La XV edición de Vogue Fashion Fund ya tiene finalistas. ERNESTO NARANJO, RUS *y* EVADE HOUSE *son las firmas que este año lucharán por alzarse con el premio a la moda que 'Vogue' España entrega en colaboración con* INDITEX. *Un reconocimiento que busca apoyar a las marcas patrias que están dibujando el futuro de la industria nacional. ¿Quién será el próximo? Por* NUALA PHILLIPS.

Ernesto Naranjo fundó su firma en 2014 tras pasar por el estudio de firmas como Balmain y Maison Margiela. Su última colección reflexiona sobre el cuerpo y su movimiento como motor creativo.



ERNESTO NARANJO
LENGUAJE CORPORAL

El diseñador sevillano (Pilas, 1991) compite de nuevo por hacerse con el galardón –ya fue finalista en 2019 y 2022–, pero esta vez lo hace impulsado por una colección que no solo fue una de las más comentadas de la última edición de la MBFWM, sino que también se coló en los armarios de algunos de los nombres más relevantes del momento: de Zendaya a Ester Expósito, Naranjo ha sabido adaptar su estilo deconstruido y conceptual a las demandas de la mujer actual. Formado en Central Saint Martins y curtido en los estudios de casas como Balmain o Maison Margiela, el diseñador lleva experimentando con el patronaje y los drapeados desde que en 2014 montase su firma homónima. Ahora, aupado por una racha en la que el trabajo constante ha cristalizado en esta sólida propuesta, su clasificación para la final de Vogue Fashion Fund confirma el momento dulce que atraviesa su marca.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Blauer.

blauerusa.com

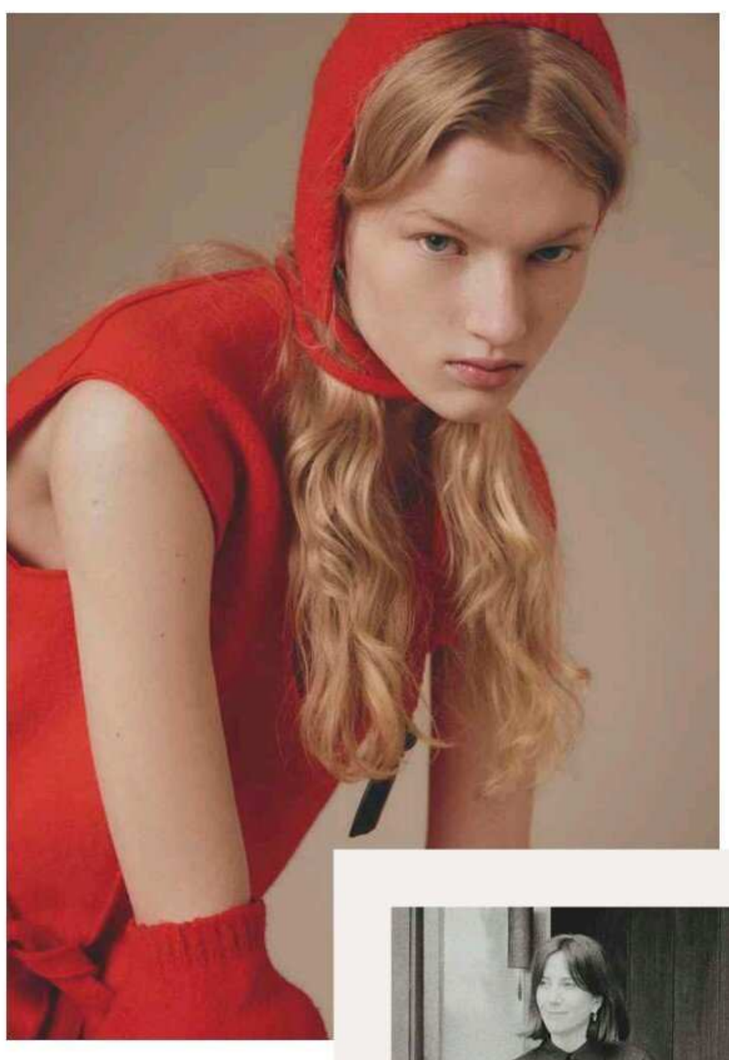
Feel
the beat.
Featuring
Dylan.

London 026
Fall Winter
Collection

Photo by Bryan Adams

tgf-industry.com

Revistas.PeruRadio.net.pe



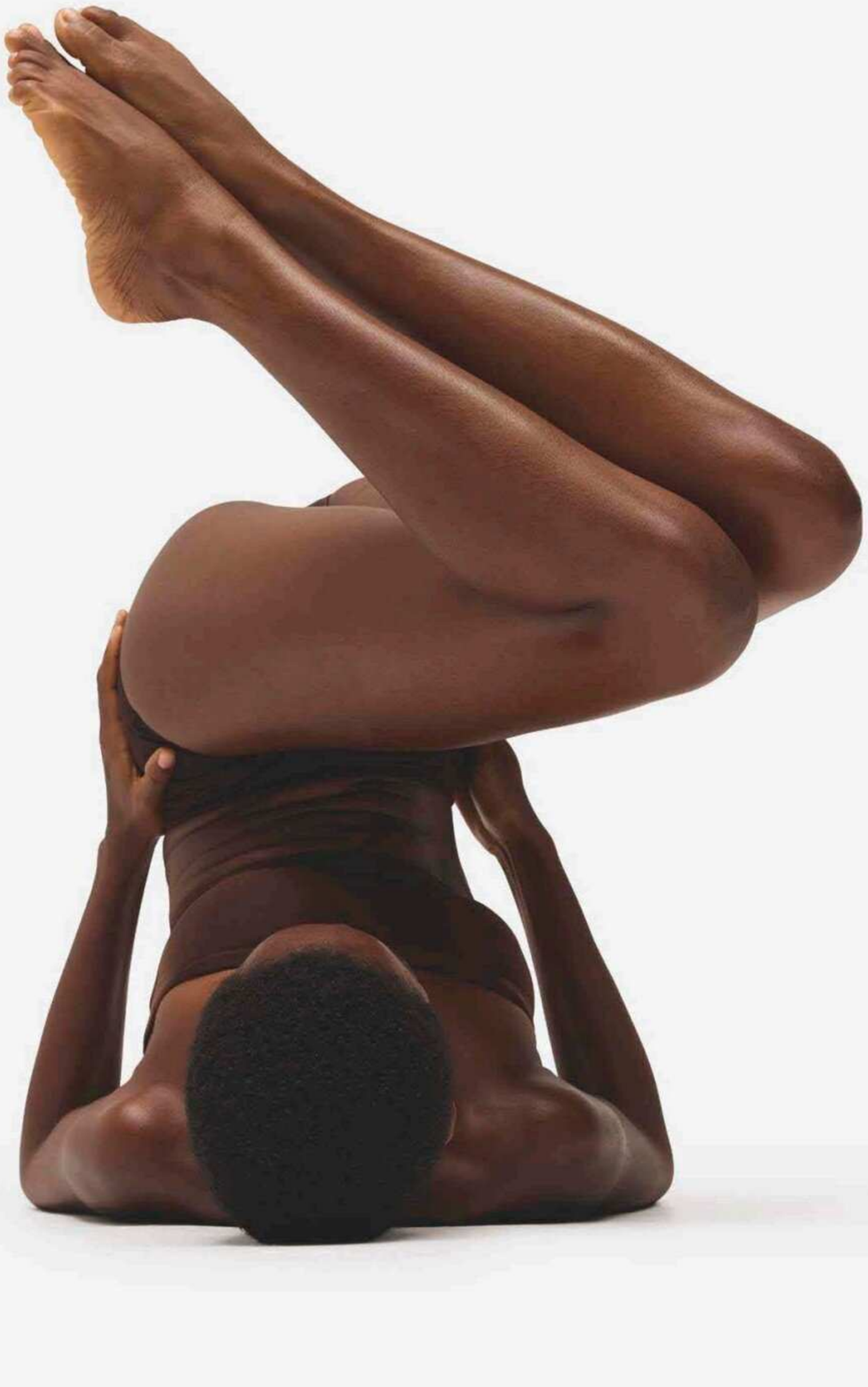
RUS
SENTIDO Y SENSIBILIDAD

Patricia (Pamplona, 1986) e Inés Gutiérrez (Santiago de Compostela, 1990) llevan dando forma a su universo desde 2018. Con un plan de negocio asentado y una propuesta que parte del punto y la producción local como base, estas gallegas se encuentran en plena forma para estrenarse como finalistas del certamen. Desde sus inicios, la marca ha desarrollado un lenguaje propio basado en el *knitwear*, entendiendo cada prenda como algo más que un objeto de moda: una experiencia vinculada al tacto, la calidad de los materiales y el ritual cotidiano de vestirse. Y es que, tal y como ellas mismas desgranan, su filosofía prioriza la selección frente a la acumulación de prendas. Un posicionamiento que se traduce en piezas atemporales y duraderas que, más allá de nuestras fronteras, han encontrado la horma de su zapato en mercados como Estados Unidos o Japón, donde sus colecciones llevan años triunfando.

Patricia e Inés Gutiérrez fundaron RUS en 2018. Desde entonces, su filosofía se ha basado en la calidad y la relación sensorial con las prendas, con especial foco en el punto.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Skin by Bio-Oil®

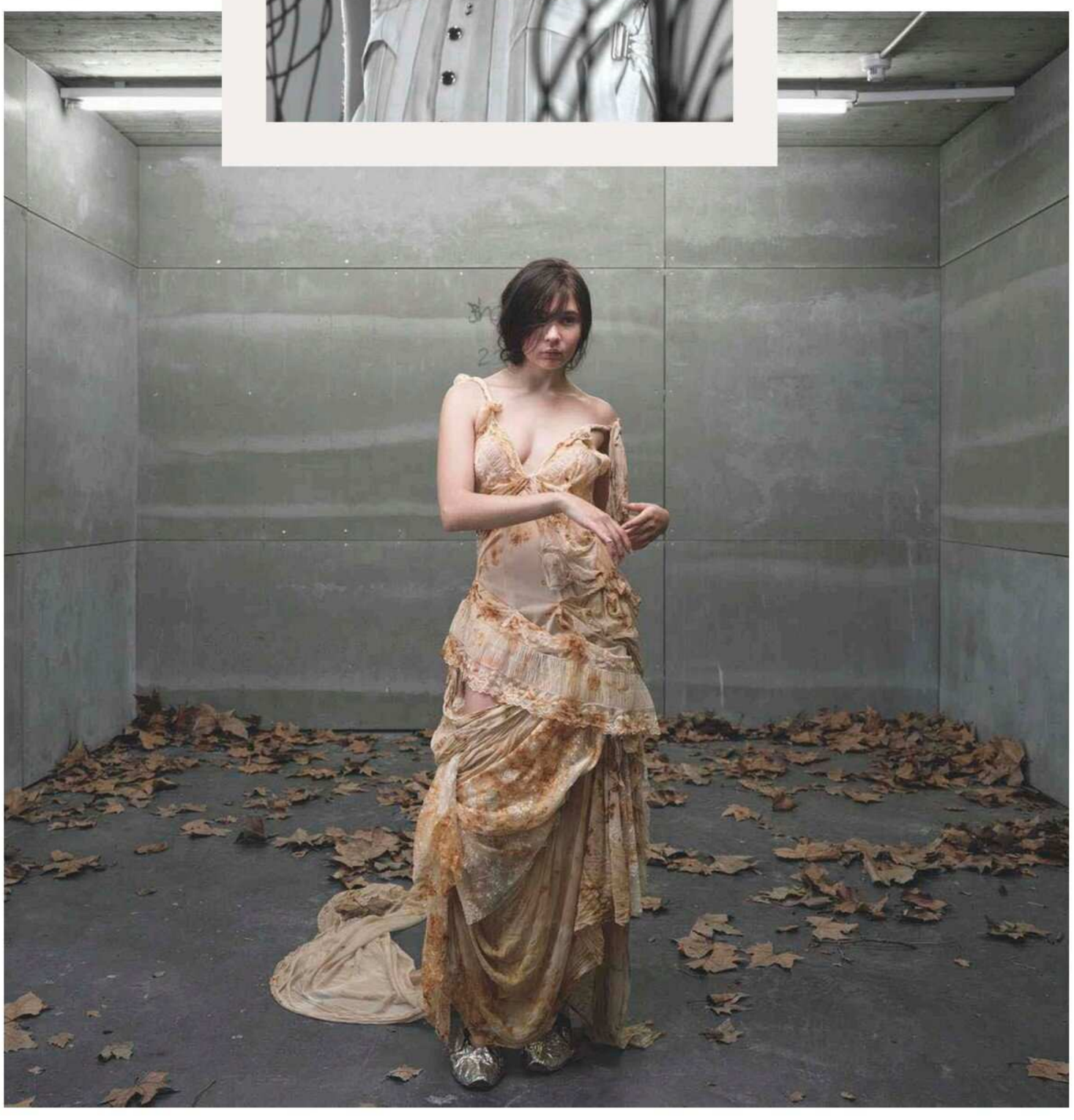


Revistas.PeruRadio.net.pe

Evangelina Julia (Madrid, 1994) creó Evade House en 2021. A lo largo de estos años, su acercamiento a la moda se ha forjado siempre desde la investigación y la experimentación con materiales y acabados inusuales y sostenibles.

EVADE HOUSE LA CASA EN LLAMAS

Tras clasificarse como finalista el año pasado, Evade House repite este 2026. Su acercamiento a la moda desde un punto de vista artístico y subversivo le ha valido de nuevo un hueco en el podio, sobre todo teniendo en cuenta que su última colección fue uno de los momentos de moda nacional más comentados de los últimos tiempos. Con un *show* que contó con la participación de referentes artísticos de diversas disciplinas –de la escenografía de Guillermo Santomà a la música de John Talabot–, su propuesta Maneva ahondó en la esencia experimental de la marca a través de ensamblajes irregulares y materiales cargados de historia –desde equipo ecuestre reutilizado hasta objetos tecnológicos intervenidos, fibras naturales y textiles heredados–. Un paso más en la carrera de su fundadora, Evangelina Julia, que la posiciona como una de las jóvenes creativas más innovadoras del panorama actual.



FOTOS: D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

kave

Here to Stay

Character against Neutrality

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta página, chaqueta con cuello chimenea, de SÉZANE. *En la página siguiente, chaqueta de lana, pantalones de pinzas, pañuelo y bolso, todo de* SÉZANE.

Tras trece años al frente de SÉZANE, *Morgane Sézalory necesitaba un cambio. Ahora, dice, la firma francesa vuelve a ser un reflejo de ella.*
Por NUALA PHILLIPS.

Revistas.PeruRadio.net.pe

MUDAR LA PIEL

Revistas.PeruRadio.net.pe

El estilo de las parisinas ha sido objeto de estudio durante siglos. Claro que ahora, los guiños a la *rive gauche* van mucho más allá de la archiconocida camiseta *marinière* y la boina roja. El *je ne sais quoi* ha evolucionado con los años y las mujeres de París abrazan hoy esa feminidad pragmática y natural, pero siempre seductora, que las caracteriza.

Quizás quien mejor ha sabido explotar esta receta en la última década sea Sézane, esa firma que allá por 2013 comenzaba su andadura con el *vintage* como bandera y que con los años ha ido afinando su propuesta hasta enamorar a francesas y aspirantes a francesas a partes iguales. Detrás de ese nombre que ahora cuenta con 30 puntos de venta entre EE. UU y Europa se encuentra, cómo no, otra gala: Morgane Sézalory.

Con solo 41 años, Sézalory puede presumir de haber erigido una compañía que, según el *Financial Times,* se valora en mil millones de euros. Un imperio que, contra todo pronóstico, construyó casi por accidente, tal y como ella misma relata en las oficinas de la compañía, ubicadas en el distrito 24. "Simplemente volqué toda mi energía en ello. Perdí a mi hermano con 23 años, así que toda mi fuerza nace de saber lo rápido que se puede ir la vida. Creo que un hecho como este te hace vivir, pensar y trabajar de otra manera; incluso las personas que colaboran conmigo evolucionan de un modo distinto. Nuestra forma de actuar internamente no sigue los estándares habituales y la gente se queda. En Sézane no hay cinismo ni un plan de negocio. Solo intuición".

Una intuición que, hasta ahora, no le ha fallado nunca. No falló cuando con apenas 20 años decidió convertir su *hobby* en su trabajo a tiempo completo; no falló cuando decidió apostar por un modelo mayoritariamente digital cuando el mercado todavía miraba hacia lo físico, y todo apunta a que tampoco lo hará ahora, con el giro estético integral que afronta la marca este 2026. Una decisión, la de reimaginar todo el universo Sézane, que chocará a más de una. Sobre todo teniendo en cuenta que la compañía goza de una salud envidiable: sus zapatos se agotan, sus prendas de punto se hacen virales y sus tiendas se han convertido en todo un referente tanto en Francia como, desde hace dos años, en Madrid, donde cuentan con una *flagship store* en la calle Claudio Coello.

Sin embargo, por encima de todo ese éxito, Morgane tenía claro que necesitaba un cambio de rumbo. Volver a sus orígenes y, en definitiva, volver a verse reflejada en esa propuesta que siempre ha sentido como una extensión de su persona. "El resumen sería: más intención, menos piezas", sentencia. "Sézane no es parte del sistema clásico del *ready to wear*, así que tenemos que mantener el foco en todo lo que queremos atraer y en mantenernos auténticos", prosigue. "Es curioso, me siento como un niño de siete años que descubre la autoconsciencia. Me he dado cuenta de que puedo permitirme reflexionar sobre lo que realmente quiero. Hasta ahora, estaba eligiendo como un párvulo, de forma automática; pero de pronto, hace dieciocho meses, me desperté y me di cuenta de que podía dirigir la empresa más proactivamente, no solo desde la espontaneidad. Ese es el gran cambio".

Una reflexión que se traduce en un acercamiento más minimalista a los códigos de la marca –menos prendas por colección, pero también un diseño más depurado–, acabados más elevados –con materiales como la piel, la lana o la seda como protagonistas– y hasta un nuevo logotipo. "Tuvimos que preguntarnos qué es Sézane. Qué necesitábamos conservar y de qué debíamos olvidarnos. Sentía que, hasta ahora, solo el 10 % de las prendas que producíamos me representaban; hoy son el 90 %", explica con el tono susurrante que la caracteriza.

Viendo el aplomo con el que se refiere a esta nueva etapa resulta prácticamente inevitable preguntarle si no siente cierta incertidumbre en torno al futuro, o si en algún momento duda de esa ruta que, como uno de esos capitanes de las novelas de O'Brian, dicta sin titubear a una tripulación que parece no cuestionar jamás sus decisiones. "Confían en mí porque tenemos la suerte de que nuestra relación se remonta a muchos años atrás", sonríe al preguntarle por su relación con la junta de inversores de la empresa. "Simplemente les pido que me crean cuando les digo

Morgane Sézalory, fundadora y CEO de Sézane.

Revistas.PeruRadio.net.pe

SkinCeuticals

Inspirado en la Toxina Botulínica

P-TIOX Crema

Corrige Visiblemente Arrugas, Textura y Poros

SkinCeuticals

P-TIOX

CREMA CON PÉPTIDOS MODULADORES
ARRUGAS, TEXTURA Y POROS

CORREGIR

Más información en
www.skinceuticals.es

#1 Marca Médico-Estética a Nivel Mundial

*Euromonitor Internacional Limited. Cuidado estético de la piel. Incluye productos para el cuidado de la piel vendidos a través de canales médicos de dispensación. Solo se incluyen marcas fundadas en los Estados Unidos de América.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Jersey de lana, pantalones vaqueros, cinturón y pendientes, todo de SÉZANE.

"A mí nunca me han importado el ÉXITO *o el dinero -y creo que por eso las cosas van bien-, pero sí me importa proteger mi* ESPACIO, *un lugar donde siento que puedo ser yo misma".*

que podemos crear una nueva categoría de negocio, ya que, en realidad, no tenemos competidores", continúa.

Y es que según ella misma desarrolla, su modelo no sigue las directrices del *fast fashion* –apenas cuentan con *stock* al final de temporada y sus márgenes son menores– y tampoco se equipara a la horquilla de las casas tradicionales de lujo. Ahora, la idea es que el *ticket* medio suba ligeramente –fruto de la mejora de los materiales–, pero que continúe siendo accesible para su clientela más fiel. "No pretendo compararme con ninguna de las grandes *maisons* de París, pero sí que trabajamos, de alguna forma, de manera similar: nuestro equipo es cercano y ponemos extremado cuidado en cada pieza que producimos", puntualiza reflexiva.

Pese a su aplomo, la imagen de la empresaria dista mucho de la que cualquiera podría tener de una CEO. Su voz calmada y su aura introspectiva recuerdan más a la de una profesora de yoga que a la de una mujer que tiene que imponer su autoridad a una empresa que factura cerca de 500 millones anuales. Pero por si todo esto fuese poco, Morgane también es madre de tres. La pequeña, de apenas dos años. "La maternidad me ha enseñado mucho, porque cuando tienes hijos ya no dispones del mismo tiempo ni espacio para la empresa. Aunque quieras estar presente, la situación se vuelve complicada: quieres estar ahí para las niñas, para ti misma, para el amor, para tus amigos y tu familia, y también tienes que estar para la compañía que amas y que es tu propio sitio", admite. "A mí nunca me han importado el éxito o el dinero –y creo que por eso las cosas van bien–, pero sí me importa proteger mi espacio, un lugar donde siento que puedo ser yo misma, totalmente. Creo que es muy importante contar con este rincón y no sentirnos culpables si no llegamos a todo. A todos nos pasa, pero quizá a las mujeres nos cuesta más desplegar las alas", continúa, justo antes de reflexionar sobre su trayectoria personal: "Para mí, esa capacidad de crecer y extender mi potencial no fue obvia en los comienzos, porque la sociedad no te lo pone fácil. Incluso si tienes una pareja muy moderna –ya sea novio o marido–, no es sencillo. Yo tuve un marido maravilloso y dos hijas, pero me di cuenta de que incluso a él le costaba dejarme crecer; cuando lo conocí yo era muy joven, y luego creces, vas ganando confianza en ti misma... Ahora tengo un novio a quien no le importa en absoluto el tema de la empresa; a él le importo yo. Sin que eso signifique quitarle espacio a nadie". Y si algo ha quedado claro a estas alturas, es que este 2026, Sézalory está dispuesta a reclamarse por encima de todo.

FOTOS: D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En colaboración con Laboratorios Vichy

Confiar en un protocolo EFICAZ

La pérdida de luminosidad, las arrugas finas, la falta de firmeza y las alteraciones del tono, incluidas las manchas, son algunos de los principales indicios del envejecimiento cutáneo. Para Javier Ribelles, médico estético y CEO de la clínica HENKO, seguir un protocolo con una rutina constante y bien estructurada es el secreto para prevenir el fotoenvejecimiento: "Recomiendo Liftactiv Pigment Specialist B3 porque aborda algunos de esos signos desde un enfoque multidisciplinar. Lo más interesante es que combina ingredientes con evidencia científica, como la vitamina Cg, los péptidos o los activos despigmentantes que actúan de forma complementaria como el Melasyl™, la niacinamida o el ácido tranexámico". Indicado también para usar junto a tratamientos fotosensibilizantes, tras tratamientos farmacológicos y estéticos, y en situaciones de cambio hormonal, tres de sus productos (el sérum, la crema de día y el contorno de ojos) incluyen Melasyl™, que bloquea los precursores de la melanina. El doctor destaca: "Hay que ocuparse de las manchas antes de que aparezcan, cuanto antes se traten, mejores suelen ser los resultados y menor la probabilidad de que se hagan persistentes".

Estudios de eficacia de la marca han demostrado que el protocolo sérum y crema de día SPF50 LIFTACTIV Pigment Specialist B3 ayuda a reducir las manchas hasta un -88%* tras ocho semanas.

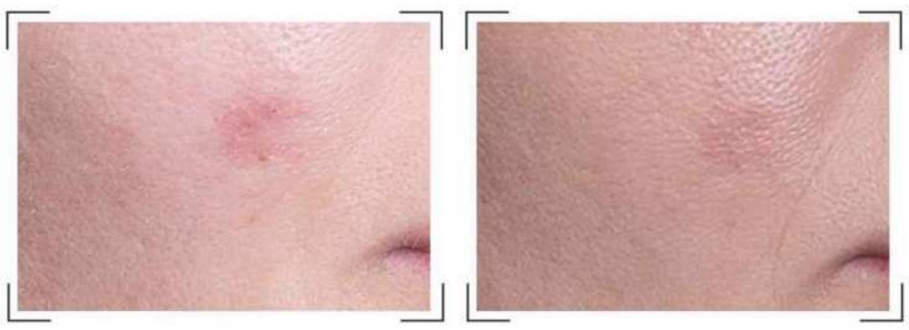
1 **SÉRUM ANTIMANCHAS**
De textura ligera y absorción inmediata, previene todo tipo de manchas y ha demostrado su eficacia desde las cuatro semanas.

2 **CREMA DE DÍA SPF 50**
Sus grandes beneficios: aporta luminosidad inmediata, 24 h de hidratación, eficacia antimanchas y antiedad, y protección.

3 **CONTORNO DE OJOS SPF 50+**
Alta eficacia en todos los trastornos del color del contorno de ojos. El 85% nota reducción de ojeras* y un 83% la mirada descansada*.

*Autoevaluación. 85 mujeres. 8 semanas.

* Test clínico, resultado promedio en la superficie de las manchas oscuras calculado en un 33% del panel tras 2 meses. El resultado medio en 35 mujeres es -65%.



ANTES Y DESPUÉS
Simulación del efecto obtenido en el estudio clínico en el 33% del panel tras dos meses. El resultado medio en 35 mujeres es -65% de manchas oscuras.

FOTOS: CORTESÍA DE VICHY. DISEÑO: CNCC.

WWW.VICHY.ES

Revistas.PeruRadio.net.pe

La suma de todo

Lejos del cliché del artista solitario, ELENA ROCABERT *enfoca la creación de autor como un ejercicio multidisciplinar que se nutre de todo lo que pasa a su alrededor (que es mucho). Fotografía* SILVIA DE LA ROSA. *Estilismo* PATRICIA LÓPEZ. *Por* CECILIA CASERO.

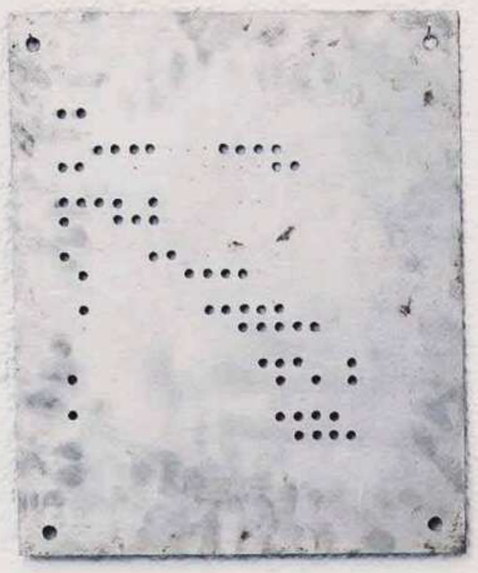
A veces ocurre que los opuestos no son exactamente contradictorios, sino complementarios. De ahí que, aunque pueda parecer llamativo que Elena Rocabert (Madrid, 1994) cursara Arquitectura antes de entregarse por completo al arte, ese paso previo fue, en su caso, una suerte de rito iniciático para acceder a un conjunto de saberes que, más tarde, se pondrían al servicio de algo muy diferente a la construcción más ortodoxa. "Al final he entendido que esta disciplina, más que un fin, ha sido un medio. Me ha enseñado a mirar, es como un filtro. Ha supuesto un aprendizaje de herramientas que luego me han servido para desarrollar lo que estoy haciendo ahora. La arquitectura tiene mucho de pensar, de reflexionar, de hacerte preguntas constantemente y tratar de encontrar soluciones; y no solo a nivel conceptual, sino también a nivel técnico y a una escala más micro: cómo resuelvo uniones, la manera en la que cuelgo las cosas... Todo eso tiene mucho que ver con mi formación", confirma la artista un calurosísimo día de finales de junio en el estudio que ocupa desde principios de este año situado –cómo no– en el madrileño distrito de Carabanchel. Esa fluidez a la hora de afrontar su trabajo, donde técnica y creatividad se mezclan constantemente, es algo con lo que aprendió a convivir desde bien pronto: su padre, arquitecto también, ocupaba gran parte de su tiempo dibujando e inventando cosas; y su madre, muy aficionada a la fotografía, tenía un laboratorio de revelado en casa y a menudo también hacía algunas incursiones en la pintura. Un contexto que, irremediablemente, ha ido moldeando la manera de hacer de Rocabert y la ha ayudado a empujar su trayectoria con bastante libertad.

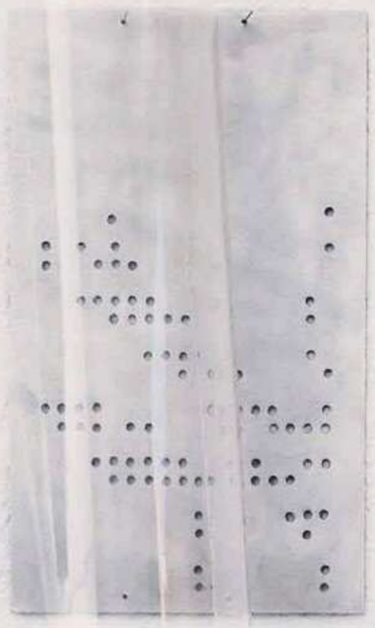
Sin embargo, a pesar de la inspiradora atmósfera que la rodeaba desde pequeña, la madrileña es capaz de fijar el momento exacto en el que supo que quería dedicarse por completo a la creación más autoral: "La primera vez que me mudé a Berlín, en 2016, fue un punto de inflexión porque ahí me di cuenta realmente de que quería desarrollar una práctica artística. Por entonces aún no había terminado la carrera", recuerda. Más tarde volvió de nuevo a la capital alemana y trabajó con los grandes: Olafur Eliasson, Julius von Bismarck y Tomás Saraceno. Un máster acelerado en arte con

Revistas.PeruRadio.net.pe

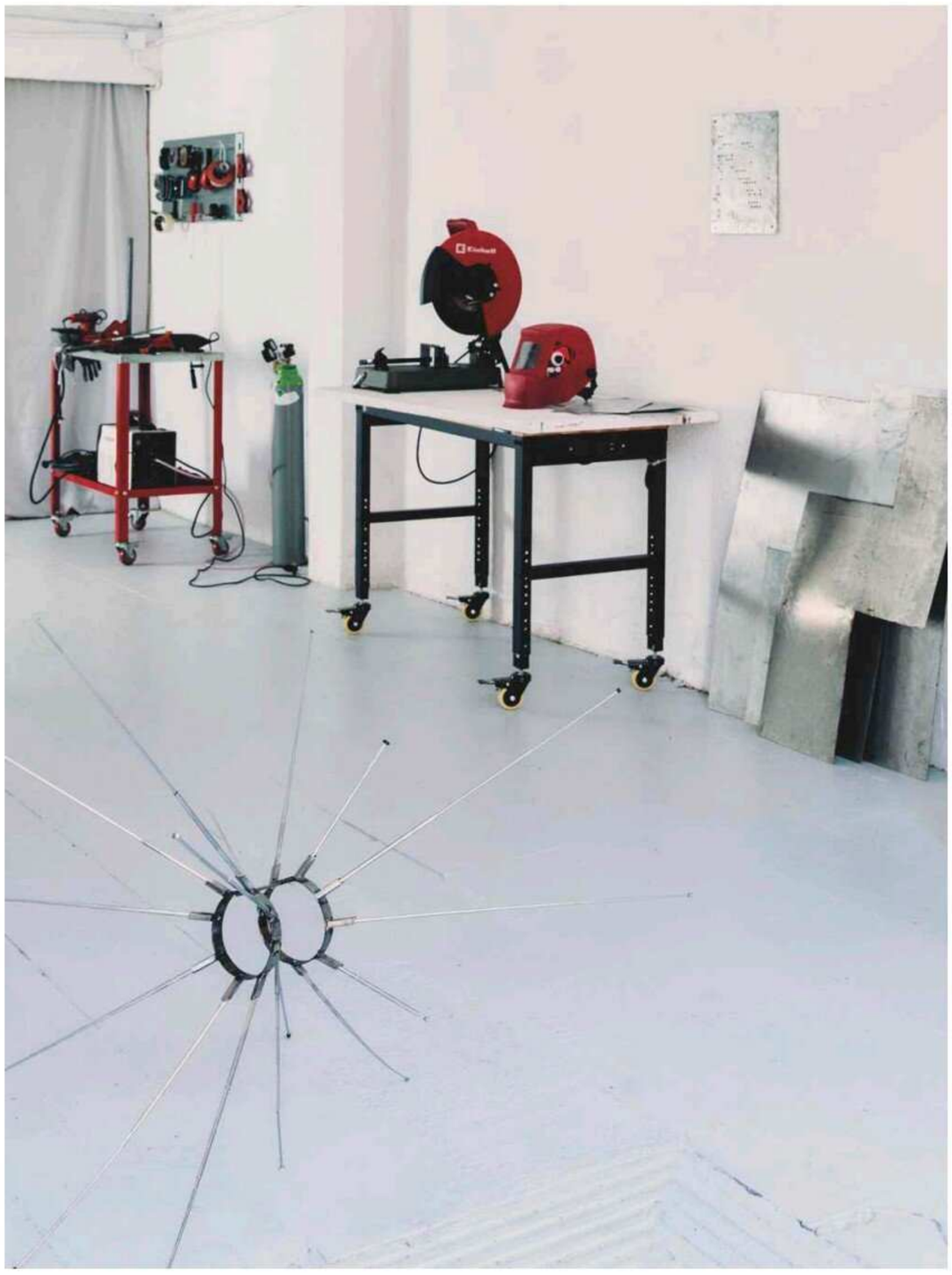
La artista Elena Rocabert, en su estudio, situado en Carabanchel, con chaqueta y pantalón, ambos de SOEUR; *bailarinas de* ALOHAS; *y sus propias joyas.*

Revistas.PeruRadio.net.pe





Revistas.PeruRadio.net.pe



mayúsculas. Ahí se asomó a una práctica a gran escala a todos los niveles, no solo por el tamaño de sus obras, sino también por la envergadura de los equipos –en los que, en ocasiones, hay perfiles como científicos o ingenieros– y por las posibilidades creativas que se abrían. "Mi primera experiencia laboral fue en un estudio de arte enorme donde hacían producciones gigantes y eso aquí no existe", desvela. Ese enfoque que aboga por la multidisciplinariedad plantó en ella una semilla que ha terminado germinando en una práctica que se nutre de muchos ámbitos y que avanza, también, hacia otros muchos lugares que a veces nada tienen que ver con el aséptico cubo blanco de una galería. "Me parece más interesante que los proyectos acaben eclosionando a través de muchas miradas: desde la ecología, la ciencia, el arte, la arquitectura... Creo que se acaban haciendo preguntas más fuertes durante el proceso".

La incursión en territorio ajeno más notoria hasta la fecha de Rocabert ha sido la conceptualización y producción de las obras para la escenografía del tour de María Arnal. "Está siendo increíble. Yo la admiro en todos los sentidos porque trasciende la música: se fija mucho en la puesta en escena, apuesta por la experimentación y incorporación de la inteligencia artificial... Traspasar esos límites es algo que me atrae y María ha conseguido que haga cosas que no había hecho antes: estoy trabajando con instrumentos, con motores, con la luz... A mí eso me enriquece muchísimo. Además, salir del taller y estar en el escenario tiene unos niveles de sorpresa alucinantes", reconoce. Las piezas que ha desarrollado para la artista catalana han evolucionado a medida que ha ido transcurriendo la gira con la adición de nuevas obras al diseño del set. Un trabajo liminal parecido al que firmó también para la bailarina y coreógrafa Mar Aguiló para su espectáculo *SWANS*, donde sintió la misma mezcla de emoción y vértigo ante lo desconocido: "Nunca había trabajado antes en el ámbito de la danza y entender cómo se comunican con el cuerpo y cómo se mueven por el espacio los bailarines fue algo nuevo para mí. Creativamente me pareció muy potente".

***"Puede ser que, inconscientemente, haya querido utilizar este material [el metal] porque está muy* POCO ASOCIADO *a lo* FEMENINO".**

En esta página, a la izda., en el suelo, prototipos de esculturas realizadas en la residencia de artistas de Matadero; a la dcha. óleo negro sobre hierro, grabado, con marco de hierro soldado. En la página anterior, pruebas para las esculturas de la escenografía de la cantante María Arnal y prototipos de hierro y canalones de metacrilato para la muestra 'Lo oscuro quema'.

Revistas.PeruRadio.net.pe

La artista con jersey de SANDRO; *falda de* THE NEW SOCIETY; *y sandalias de* HEREU.

Maquillaje y peluquería: María Andrés (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudante de fotografía: Manuel Martos. Ayudantes de estilismo: Paula Hortal y Julia Tabares.

La huella de su formación no solo se percibe en la manera en la que resuelve sus piezas, sino también en su materia predilecta: el metal. "Empecé a trabajar con él sin pensarlo demasiado. Me interesaba usar materiales que me permitieran generar piezas de otras escalas. Me gusta por su desnudez y por su crudeza, y también porque tiene mucho que ver con lo arquitectónico", reconoce y añade: "Puede ser que, inconscientemente, haya querido utilizarlo porque está muy poco asociado a lo femenino. Atravesar esa barrera me parece que tiene incluso una cierta carga reivindicativa: la imagen de una mujer soldando no es muy común". Sin embargo, a pesar de que su ámbito creativo se suele centrar en la escultura, la pintura está empezando a reclamar su lugar de un tiempo a esta parte, aunque con procedimientos más cercanos a su práctica habitual que nada tienen que ver con usar un pincel y pintura, sino con el hierro grabado.

Estos últimos meses, Rocabert ha tenido la oportunidad de hacer una residencia que le ha permitido pasar una larga temporada estudiando y leyendo, profundizando en sus obsesiones actuales para luego volcarlas en las nuevas obras que saldrán próximamente de su taller. Una etapa más introspectiva de su trabajo que es tanto o más relevante que la ejecución de sus piezas. "Es importante saber qué tipo de preguntas nos estamos planteando ahora como colectividad. Últimamente me interesa el tema de la obsolescencia y el tiempo para intentar vislumbrar cuáles serán las ruinas del futuro y cómo repensamos los objetos que nos rodean. Al final, el arte no da soluciones, pero plantea preguntas".

Revistas.PeruRadio.net.pe

Todo fluye, EL MÁRMOL permanece

Hay materiales que escapan a los dictámenes de las tendencias pasajeras porque pertenecen a otra escala del tiempo. Mientras la moda acelera el ritmo de las temporadas y el diseño explora continuamente nuevos lenguajes, la piedra natural conserva una capacidad insólita para transmitir permanencia. Quizá por eso el mármol sigue ocupando un lugar privilegiado en el imaginario creativo: desde las esculturas clásicas hasta la arquitectura contemporánea, su presencia habla de elegancia, pero también de memoria. No es casual que Paolo Sorrentino recurra a los mármoles de Roma en *La gran belleza* para construir imágenes donde el tiempo parece suspendido, o que Luchino Visconti convirtiera los palacios de *El Gatopardo,* revestidos en este material, en el escenario perfecto para hablar de aquello que se resiste al cambio. La piedra tiene el poder de hacer que los instantes fugaces –los capturados por la cámara de cine, pero también los que conforman nuestro día a día– sobrevivan para siempre. Sobre esa misma tensión entre lo efímero y lo eterno construye Sklum su nueva Marble Collection. Su campaña presenta un diálogo entre una bailarina y el mobiliario que la rodea: ella se mueve con una ligereza casi ingrávida; el mármol se mantiene inmóvil, moldeado durante millones de años, simbolizando la robustez y el estatismo.

Arriba, mesitas de noche Corwel; abajo, la mesa redonda de comedor Luceida. Ambos modelos pertenecientes a la nueva Marble Collection de la firma Sklum.

FOTOS: CORTESÍA DE SKLUM. REALIZACIÓN: CNCC.

Sin embargo, lejos de enfrentarse, se complementan. La danza recorre las vetas, acaricia las superficies y deja que la luz natural revele los detalles de cada pieza. Ese relato se concreta en muebles como la mesita de noche Corwel, que aporta carácter sin recurrir al exceso, o la de comedor redonda Luceida, que adquiere una presencia escultórica. Y así sucede con el resto de mesas y lámparas que componen la propuesta de la firma valenciana, demostrando que la verdadera creatividad de hoy consiste en descubrir cómo los materiales de siempre siguen encontrando la forma de emocionarnos ✤

WWW.SKLUM.COM

Revistas.PeruRadio.net.pe

RENACIDA Y MOVILIZADA

Entre la crudeza, la vulnerabilidad y un curioso estado de "rabia alegre", NEREA PÉREZ DE LAS HERAS *relata en su nuevo ensayo, 'Fantasma', cómo reconstruyó su vida después de perder parte de una de sus extremidades inferiores. Hay humor, visión crítica, y ni una sola trampa positivista.*
Por EVA BLANCO.

La profundidad de sus ramificaciones no tanto, pero los hechos son ampliamente conocidos: el 23 de julio de 2023, coincidiendo con la jornada de elecciones generales, la periodista Nerea Pérez de las Heras (Madrid, 1982) tuvo un grave accidente marítimo en Menorca que resultó, varios días y cirugías después, en la amputación de su pierna derecha por debajo de la rodilla. Es aquí, en este acontecimiento que pudo haber terminado con su vida –y que, en cualquier caso, terminó con la vida que había conocido hasta entonces–, donde la mediática comunicadora sitúa también el origen del relato autobiográfico que articula en *Fantasma*, el ensayo que publica el 3 de septiembre bajo el sello de Alfaguara. Una narración en la que cristaliza la emoción de lo íntimo, pero bien contenida en un enérgico análisis de lo político, lo burocrático y lo socioeconómico (su mirada comprometida entronca con una amplia trayectoria activista en materia de feminismo y derechos LGTBIQ+). Las pinceladas cómicas aparecen, cuando más se necesitan, para aliviar la congoja.

"Quería escribir un libro literario y no testimonial. Es decir, quería escribir un buen libro", introduce la también humorista y conductora de dos pódcast: *Saldremos Mejores,* en compañía de su gran amiga Inés Hernand, que hasta la fecha suma cinco temporadas en Podium; y *Lo Normal*, junto a Antonio Nuño en la SER. "De hecho, así como en otros aspectos laborales no, en este caso he estado todo el rato pensando casi más en las lectoras que en mi propia experiencia. Ha habido trances muy importantes para mí en este proceso, como, por ejemplo, el tratamiento psicológico, que apenas abordo, porque no me parecía que tuvieran esa riqueza a nivel narrativo. Por mi manera de estar en el mundo, siempre trato de relacionar todo lo que me pasa con algo más estructural, más grande, con algo que no solo me afecta a mí", comenta asertiva tras pedirse un café solo en un establecimiento madrileño cercano a la redacción de *Vogue,* en la que ella misma ha trabajado.

El *shock* en el que se vio sumida durante las semanas que siguieron al accidente, esa sensación de que todos aquellos profesionales sanitarios manipulaban un cuerpo que no era el suyo o de que debía enfrentarse a situaciones que en un pasado cercano le hubieran resultado inconcebibles ("¿Cómo te despides de una parte de tu cuerpo?", escribe), le otorgaron también una perspecti-

FOTOS: FRANCOIS LE DIASCORN / GAMMA-RAPHO VIA GETTY IMAGES, D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

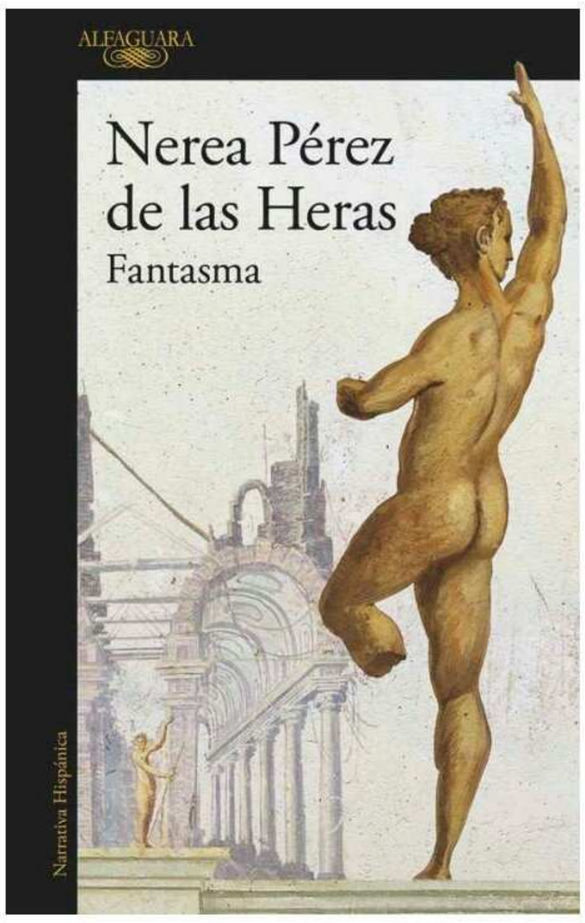
va de 'observadora externa' muy jugosa para la construcción de este relato. Una cronista sagaz, exhaustiva. Lo cual tiene mérito, porque no hay que olvidar que también estaba, como ella misma dice, muy drogada.

"La primera sorpresa que me llevé fue mi capacidad para recordar el momento mismo del trauma. Si alguien me hubiera descrito lo que me iba a pasar, mi respuesta hubiera sido: 'Bueno, pues, en tal caso, me desmayaría ante esa visión o ese dolor'. Resultó que no. No perdí la consciencia hasta que me tumbaron en un quirófano. Pude verlo todo. Y sí, hasta estando en la REA [Unidad de Reanimación] se te pasa por la cabeza que estás siendo testigo de primera mano de una cosa tan fuerte que estaría genial contarla. Es más, antes o después vas a necesitar hacerlo, porque procesar algo es explicártelo a ti misma", dice la autora, fuerte defensora de la sanidad pública, que en el volumen repasa algunas de las grietas de un sistema que considera atenazado por la infrafinanciación, las larguísimas listas de espera y el avance de las políticas privatizadoras.

De hecho, un dolor acuciante y prolongado, incompatible con el uso de la prótesis, hizo que ella misma tuviera que terminar por recurrir a una clínica privada. "Era una herida muy desastrosa. Me la había hecho con una hélice sucia, se había infectado y había tenido que cerrar en segunda intención. El muñón estaba hecho de emergencia y había que reconstruirlo. El tiempo jugaba en mi contra. Primero, por el propio sufrimiento que me causaba. Y, luego, porque perdía masa muscular si no podía utilizar la pierna ortopédica, y eso suponía un gran retroceso. Me recomendaron a un cirujano con sólidas referencias y tuve un buen entendimiento con él. Uno de esos casos en los que un profesional de la sanidad pública tiene también aparte su consulta privada. Ese es el contexto en el que nos movemos ahora. Si te quieres saltar una lista de espera y no tienes dinero, estás atrapada. Por eso hay que defender lo público, porque los mejores especialistas están ahí. Pero, sin atajos, vas a tardar mucho en acceder a ellos", cuenta sobre un proceso médico que describe como "muy largo y tedioso", y que le ha suscitado reflexiones de distinta índole.

"Si yo no hubiera tenido ahorros, mi vida se habría acabado. Si yo hubiera odiado mi curro, al que siendo autónoma tuve que volver de inmediato, mi vida se habría acabo. Si yo no hubiera tenido la posibilidad de que Podium Podcast me mandase un taxi a casa para recogerme en silla de ruedas, el trabajo se hubiera interrumpido y *Saldremos Mejores*, que era mi fuente de ingresos principal, habría cerrado. Yo estoy en una posición privilegiada comparada con gente a la que, si le ocurriera algo similar, vería cómo su existencia se diluye, porque la sanidad pública tiene unos recursos maravillosos, urgentísimos y eficientes para salvarte de la muerte, pero están muy mermados para garantizar una calidad de vida", ahonda la galardonada comunicadora, que comenzó a darse a conocer con el monólogo teatral *Feminismo para torpes*, editado en 2019 por MR Divulgación en un libro de título homónimo, y con sus colaboraciones habituales en medios como *El País*.

Con una tendencia natural a colectivizarse, a Pérez de las Heras le ha llevado un tiempo dejar de preguntarse, en sus propios términos, qué pueden hacer las cojas por ella, y pasar a preguntarse, más bien, qué puede hacer ella por las cojas. Entre las respuestas que se ha dado a sí misma, destaca el desarrollo de un discurso crítico que no comulga con la narrativa de santificación y superación personal tantas veces aplicada, desde fuera y desde dentro, a las personas con discapacidad. "No me siento nada identificada con esta retórica general que nos convierte en una especie de angelitos de dios. Yo no quiero superarme, quiero presionar para que la ciudad sea para todos. No quiero trascender mis límites, ni aspirar a ser un ejemplo para nadie. Soy profundamente vaga, mezquina, pedorra, con complejo de superioridad [sonríe divertida]... entonces, claro, todo ese mundo positivista no me interesa nada. Pero, como dice mi amigo Christo Casas, un teórico fantástico y autor de *Maricas malas* (Paidós, 2023), vivimos en un mundo en el que lo colectivo tiene muy mala prensa y, a lo mejor, hay que empezar a tener un poco de manga ancha y confiar en los desconocidos. Pues sí. Igual lo que tengo que hacer es arrojarme en los brazos de la paralímpica, a ver qué me puede enseñar. Y quizá yo también le pueda enseñar algo a ella", ahonda.



Además de verla navegar los conflictos y tratar de reapropiarse de las nuevas etiquetas (tullida, amputada, dependiente) que se ciernen sobre ella, en *Fantasma*, la periodista comparte bellísimas reflexiones sobre cómo la cercanía a la muerte ha intensificado su relación con la vida; sobre cómo los ritmos lentos (o rápidos, según el momento) que ahora le impone su cuerpo han hecho que su percepción del tiempo se aleje de la linealidad y la lógica productivista; o sobre cómo su refugio espiritual en todo el proceso de curación ha tenido mucho que ver con la implicación absoluta, no solo de Ana Garriga, su mujer, o de su familia, sino, muy especialmente, de su comprometida red de amigas. "La gente de mi alrededor ahora ve cosas muy cotidianas de otra manera. Eso es lo que pasa cuando te ves expuesta al desastre", comenta.

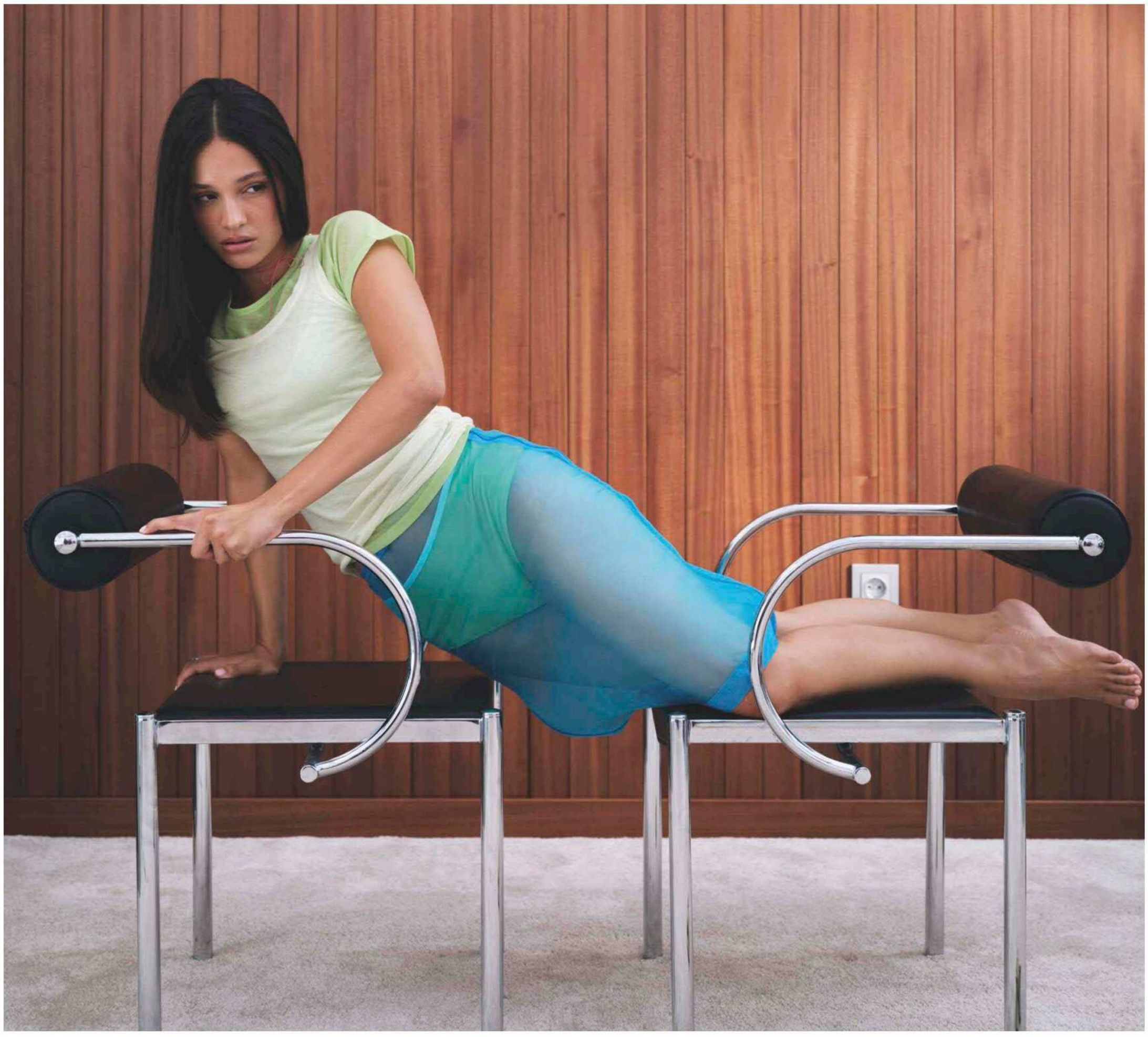
"La gente de mi alrededor ahora ve cosas muy* COTIDIANAS *de otra manera. Eso es lo que pasa cuando te ves* EXPUESTA *al desastre".

En el lado más negativo, sin embargo, aparecen cuestiones como la pesadilla administrativa ("De todos los peajes, incluido el del dolor, el de la burocracia fue el más devastador", llega a escribir) o el lastre constante de la mirada compasiva. "No me molesta nada la curiosidad, me molesta la lástima. Se me ha dicho muchísimo por redes: 'Me levanto y, desde que vi lo que te pasó, pienso que no tengo nada de lo que quejarme'. Y pienso: 'Bueno, es que a lo mejor sí tienes algo de lo que quejarte'. La compasión no tiene que ver con la empatía, sino con que cada uno quiera quedarse tranquilo con su propia circunstancia. Y, para ello, proyectan sobre ti un montón de cosas que no eres. Sobre todo, desgraciada. Yo tengo una vida muy guay: llena de amor, amistad, mi gente está sana, curro de lo que me gusta... me han tocado muy buenas cartas. Y una chunga, como a todo el mundo. Aunque no te hayan cortado una pierna, todos estamos llenos de fallos, de heridas y de fragilidades", concluye, con su habitual gesto de serenidad encendida.

Revistas.PeruRadio.net.pe

REBOSA MAGNETISMO

Tras salir de 'OT' y lanzar el primer sencillo de su carrera en solitario, CLAUDIA ARENAS *avanza en la dirección exacta en la que quiere ir:* POP ÍNTIMO, *mimo visual y mucha cercanía con su entregado público. Por* EVA BLANCO.



Aunque el sencillo *Como un imán* –el primero que ha sacado en su era post-*Operación Triunfo* 2025– habla de un enamoramiento, Claudia Arenas (Alicante, 2006) no quería caer en un enfoque estereotípico en el videoclip. Es decir, no le apetecía que se viera a una pareja intimando, sino jugar con elementos más alegóricos. De ahí que, un buen día, en plena tormenta de ideas con su amiga y colaboradora Paula Felices, una gran dibujante, ambas dieran finalmente con la idea original. "Empezamos a hacer bromas, a pegarnos a la pared, y ella lo fue representando gráficamente. Cuando se lo enseñé al equipo, pensé

Revistas.PeruRadio.net.pe

que me iban a decir: 'Esta tía está loca' (ríe). Pero les gustó mucho. Y estoy flipando con el resultado final", explica la artista sobre una narrativa visual en la que los pequeños objetos de una casa (desde un pendiente hasta un jarrón o una silla) son los que terminan adhiriéndose a las paredes atraídos por la gran fuerza magnética que emite la persona amada. Una vez más, lo cotidiano conduce a lo extraordinario.

Por su parte, la canción, que vio la luz el pasado 17 de julio y transita entre la balada y el *R&B*, retrata "ese momento en el que empiezas con alguien y no te lo sacas de la cabeza; no tiene por qué ser algo que remita a lo posesivo, sino, al contrario, algo que te puede dar una energía positiva y mucha fuerza a la hora de afrontar retos", dice Arenas, emocionada ante el primero de los muchos pasos que dará en los próximos meses para ir consolidando su identidad artística. "A mí el pop me encanta, pero no me veo cantando en un registro muy *mainstream* –revela–. Me apetece explorar esta dimensión más sensible. Mi voz en este sencillo está un poco como rota, pero a medida que avanza el tema van apareciendo más matices, porque estoy fascinada con las armonías; la voz tiene entonces menos aire, está como más viva", ahonda la alicantina que, aunque no descarta en un futuro trasladarse a Madrid, de momento sigue a gusto instalada en su ciudad natal.

Hablando de retos, ella misma tiene claro cuál será el suyo en los próximos meses: pasar de ser, como ella misma dice, Claudia *OT* a Claudia Arenas. "Claudia *OT* es una niña a la que le gusta cantar y que quería vivir la experiencia de la academia, pero no es que fuera en absoluto al concurso con la idea de ganar [llegó a la final y quedó quinta, en una edición en la que ganó Cristina Lora]. Quería pasármelo bien y ya está. Claudia Arenas, ahora, aspira a escucharse, evaluar bien las propuestas que le llegan para asegurar que tengan un sentido y, en esencia, volcarse en hacer música cercana en la que se entienda su historia. Todo, cuidando también mucho lo visual, para, un día, poder tener mi propio universo", explica la cantante, que, entre sus referentes actuales, cita a Billie Eilish, Olivia Rodrigo u Olivia Dean, de quien destaca el toque de humor y la ligereza. "Además, las tres me parecen generosas, nada egoístas. Un trío de mujeres guays para tener muy en cuenta ahora mismo", sentencia quien ya tiene muy perfilado el que será su primer álbum de estudio, que previsiblemente verá la luz en 2027.

Esta última no es una reflexión coyuntural. Para Arenas, la vertiente personal del artista es importante. En sus apariciones públicas siempre deja un espacio para la espontaneidad, para reírse de sí misma si en algún momento 'la lía' o para mostrarse lo más próxima posible a su (ya numerosísima) audiencia. "El *fandom* de *OT* aprecia mucho todo lo que hace el artista. Van a estar ahí el primer día que saques una entrada para tu primer concierto. Te hacen recopilatorios en redes de toda la ropa que has llevado y de dónde es... alucino de lo entregados que están. Es algo superpositivo para nosotros. Nos quieren porque nos han conocido, nos han visto en el canal 24 horas. Y ese cariño se hace muy evidente ahora que estamos inmersos en la gira de *OT*. Todo este apoyo, aunque nos ha llegado de la noche a la mañana, es algo que yo no quiero perder en mi carrera en solitario. Quiero favorecerlo al máximo. Y lo haré, porque vienen cositas que les van a gustar mucho", avanza manteniendo el misterio.

¿La persona que entra en *OT* es diferente a la persona que sale? "Sí, eso 100 %. Entras con unas expectativas muy altas sobre cómo vas a funcionar, pero, muy pronto, todo es mucho más normal de lo que pensabas. Adquieres las herramientas necesarias para subirte al escenario o enfrentarte a una vida más mediática. Luego, yo nunca había vivido sola. Allí tienes que convivir, contribuir a fregar con los compañeros. No tienes móvil. Los tres meses volaron, pero las horas dentro de la academia pasaban muy, muy lentas. Pienso en mi yo de antes del programa y lo veo muy lejano. Sobre todo, en la madurez que he ganado. Antes de *OT*, yo no podría haber mantenido esta entrevista ni de broma. Ha habido una evolución *heavy*", comenta.

En su paso por el concurso, la veinteañera destacó con las versiones que hizo de *Latin Girl* [su interpretación del tema de Emilia supera los 8,7 millones de reproducciones en Spotify] o, en un tono mucho más intimista, su cálida revisión del conocido *El sitio de mi recreo*, de Antonio Vega. Aunque a día de hoy se muestra orgullosa de estos logros y, en general, de toda su trayectoria en el programa, Arenas no esconde que también hubo momentos duros.

"Como me nominaron en la primera gala –explica–, tenía claro que no iba a durar nada. Me hice a la idea de que muy pronto iba a reencontrarme con mi familia, pero no solo no me echaron, sino que fue pasando una semana tras otra. Mi cabeza estaba en un registro muy negativo. Había gente muy *crack*, es imposible no compararse. Por otro lado, es un concurso en el que hay que verse en muchos registros distintos. Y yo, a veces, probaba cosas y luego cuando después del directo me veía en televisión, decía: 'Ayuda. Sacadme de aquí' (risas). Porque claro, tú ya te ves después de que la gente lo haya hecho. Pero bueno, luego, cuando ya salí de la academia y hablé con toda la gente que me quiere, me dije: 'Mira, he sido yo, y no lo he hecho tan mal. Por algo he llegado hasta una final'".

En cualquier caso, lo de la capacidad de adaptación (¡y el buen nivel de inglés que maneja!) le viene de lejos. Cuando tenía seis años, trasladaron a su padre, piloto, a Indonesia. Con él, se mudó el resto de la familia: su madre; su hermano, que le saca dos años; y ella, la pequeña. "Dice mi madre que estuve dos meses en silencio en clase por la barrera idiomática (ríe). Llegué sin hablar inglés, claro. Pero ahora lo pienso y creo que, aunque en su momento fuera un contraste fuerte, vivir allí hasta los nueve años me ha dado mucha agilidad para hacerme a los nuevos ambientes. Además, soy muy de cuidar, de incluir a la gente, de hacer nuevos amigos. No me gusta nada que alguien se quede descolgado. Soy cero *star* en la vida. Intento ayudar a todo el mundo. Precisamente, porque sé lo que es sentirse excluido", concluye con expresión risueña.

"PIENSO EN MI YO DE ANTES DE 'OT' Y LO VEO MUY LEJANO. SOBRE TODO, EN LA MADUREZ QUE HE GANADO. NO PODRÍA HABER MANTENIDO ESTA ENTREVISTA NI DE BROMA".

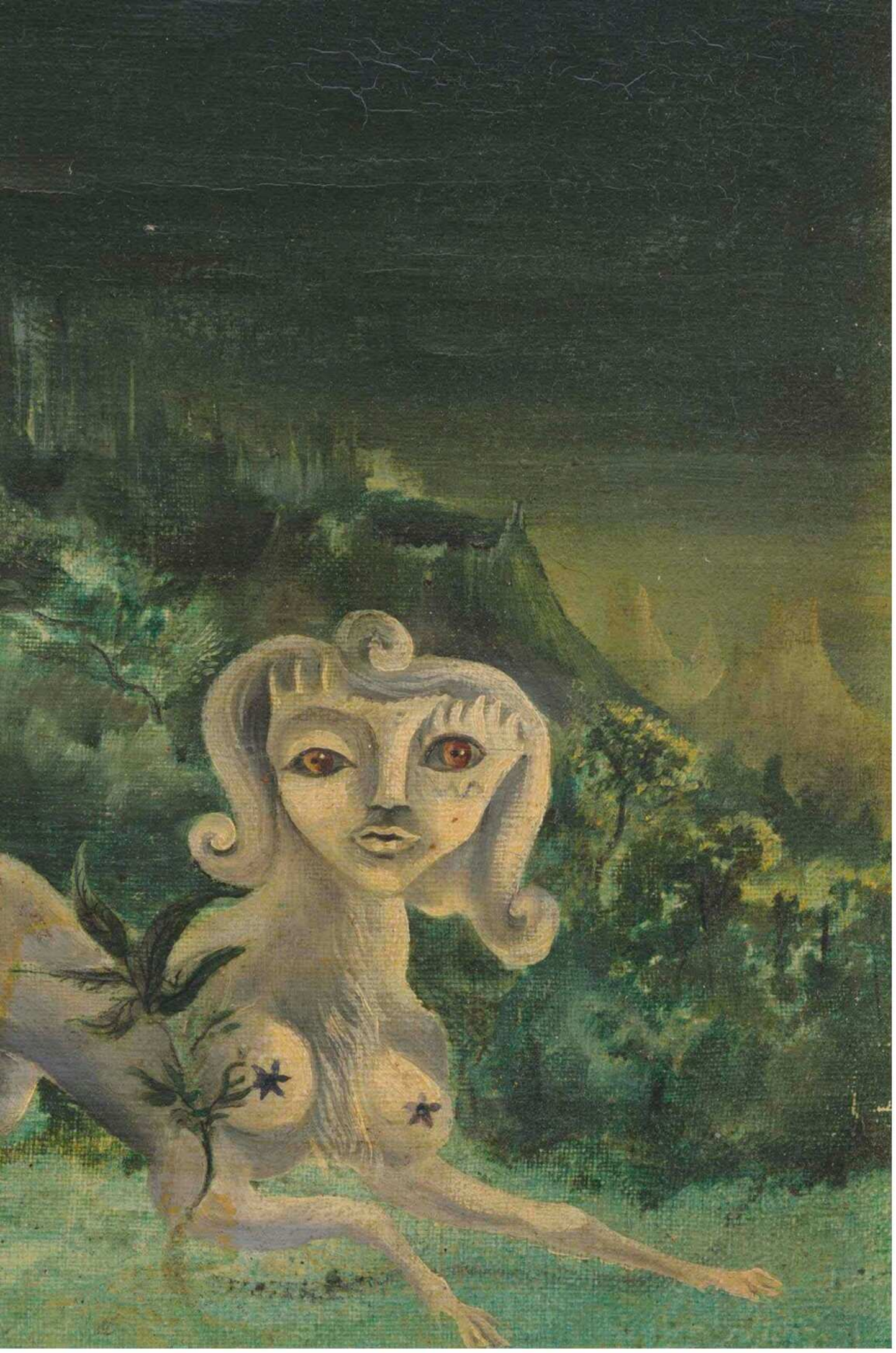
FOTO: MARA ALONSO. ESTILISMO: SARA FERNÁNDEZ CASTRO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Vivir para pintarlo

LEONORA CARRINGTON *protagoniza la exposición inaugural de* FARO SANTANDER, *en la que se explora la inesperada relación entre la artista inglesa y la ciudad española. Un vínculo que resultó ser tan doloroso como productivo. Por* CECILIA CASERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Hay pocas biografías más literarias en el mundo del arte que la de Leonora Carrington. Nacida en el seno de una familia acomodada, la inglesa nunca cedió a la indolencia y la abulia a las que parece inclinar de manera natural el privilegio y decidió hacer saltar todo por los aires para entregarse a un destino completamente distinto del previsible para alguien como ella. "La finalidad de la vida no es prosperar sino transformarse. Cuando uno se lanza a lo desconocido se salva", se lee en *Leonora*, la vibrante novela biográfica firmada por Elena Poniatowska (Seix Barral, 2011). Y, efectivamente, Carrington se lanzó. También se salvó, pero entre una y otra circunstancia, pasaron muchas cosas, muchísimas: decidió dedicarse a la pintura oponiéndose a los deseos de su familia, se mudó a París, inició una relación sentimental con Max Ernst –a pesar de que él estaba casado y de los 26 años de diferencia entre ambos–, se introdujo en el movimiento surrealista y recaló en España huyendo de los nazis donde acabó, avatares del destino, ingresada en el sanatorio del Dr. Luis Morales en Santander –víctima de una aguda crisis nerviosa propiciada por la detención de Ernst en los albores de la Segunda Guerra Mundial y por una violación grupal perpetrada por unos soldados franquistas– donde fue sometida a duros tratamientos psiquiátricos que reflejaban las prácticas coercitivas de la época. Entonces solo tenía 23 años.

La traumática experiencia vivida en la ciudad cántabra la plasmó en un libro, *Memorias de abajo* (Alpha Decay, 2017), considerado un clásico de la literatura autobiográfica, y alumbró una nueva etapa creativa en su práctica, tal y como ilustra la exposición que ultima Faro Santander y que se inaugurará el próximo 8 de septiembre: *Leonora Carrington: el surrealismo sintomático*. El nuevo centro de arte impulsado por Fundación Banco Santander abre sus puertas tras cinco años de transformación del histórico edificio Pereda, firmada por el prestigioso arquitecto británico David Chipperfield –Premio Pritzker 2023–; y su oferta de muestras temporales –que arranca con la de Carrington– se completa con la colección permanente que reúne obras de Tiziano, El Greco, Rubens, Velázquez y Goya, entre otros.

Vanessa Boni, comisaria de la cita en torno a la artista inglesa, desgrana las claves de su convulsa etapa en la ciudad española: "Lejos de abandonar su práctica, Carrington continuó dibujando y pintando durante este periodo. Sus obras, junto con sus posteriores memorias, ofrecen una valiosa perspectiva sobre la manera en que encontró formas de expresar experiencias profundamente traumáticas que resultaban difíciles de articular de forma directa. Ella dio forma al trauma y a la enfermedad creando complejas respuestas visuales no solo al sufrimiento personal, sino también a la agitación histórica de ese momento". Sin duda, su estancia en el sanatorio supuso un punto de inflexión en su trayectoria y muchos de los temas que seguiría explorando en su obra a partir de entonces –la transformación, la alquimia, la hibridez y la mitología– tienen su origen en las experiencias que vivió entonces.

Dentro de la selección de piezas que podrán verse en la exposición, además de algunos de los dibujos de sus cuadernos hasta ahora dispersos –"Unos fueron estudios preparatorios, mientras que otros permanecen como fragmentos inacabados. Ninguno fue concebido como una obra terminada", explica Boni–, destacan dos cuadros muy concretos. El primero de ellos es un óleo conocido como *Villa Pilar*, cuya escena está protagonizada por cuatro criaturas antropomórficas que representan de manera bastante fiel el imaginario de la artista, y nunca había sido expuesto ni publicado anteriormente.

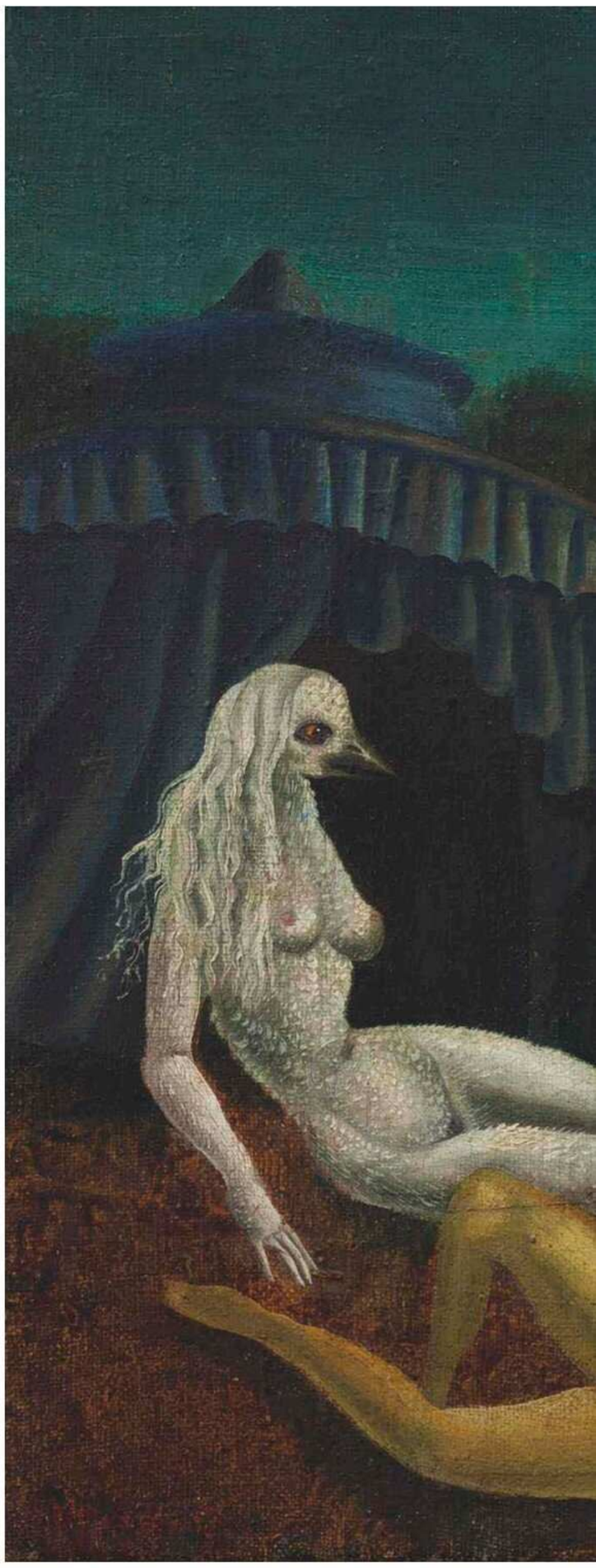
Revistas.PeruRadio.net.pe

En el segundo, *Down Below*, aparecen varios pacientes transformados en criaturas surrealistas."Ambas obras están pobladas por figuras híbridas, con cuerpos metafóricos que combinan rasgos femeninos, humanos y animales, inmersas en procesos de transformación. Estas formas nos invitan a preguntarnos si representan distintas versiones de la propia Carrington, en un momento en el que la artista se enfrentaba a una identidad cambiante y múltiple. Ambas pinturas toman su nombre de pabellones del sanatorio, aunque no lo representan de manera literal. Eran la forma que ella encontró de expresar su experiencia psicológica en el hospital", relata la comisaria. Curiosamente, Carrington se desprendió de todas las obras que produjo en la capital cántabra. "Me parece fascinante que regalara todas las piezas que creó en Santander: *Villa Pilar*, al Dr. Morales; *Down Below*, al poeta y diplomático Renato Leduc; y los cuadernos, al coleccionista surrealista Julien Levy. Se deshizo de ellas antes de llegar a México, quizá como una forma de cerrar un capítulo de su vida y comenzar otro", argumenta Boni.

Efectivamente Carrington tenía motivos para querer dar carpetazo a aquella etapa: las vivencias que atravesó en Santander fueron traumáticas y ella misma se refirió a este período de su vida como "down below" (en español "allí abajo", el referente topográfico para aludir a una zona concreta del hospital que se convirtió también en la metáfora más acertada para referirse a su descenso a los infiernos), describiéndolo como una suerte de muerte psicológica. Y no solo por sus concretas circunstancias personales, sino por la coyuntura histórica y cultural del momento: "Su sufrimiento se produjo en un contexto más amplio de control autoritario, en el que la autonomía de las mujeres y su salud mental estaban con frecuencia sometidas a sistemas restrictivos y profundamente patriarcales", apunta la experta. Poco después de recibir el alta en el sanatorio, Carrington, mucho más recuperada, regresó a Madrid, donde tuvo un encuentro de lo más enriquecedor con un artista con el que compartía pulsiones y referencias estéticas. "Allí descubrió la obra de El Bosco en el Museo del Prado, cuyas imágenes fantásticas y universos simbólicos conectaron profundamente con su propio lenguaje artístico y se convirtieron en una importante fuente de inspiración", desvela Boni.

A partir de entonces, la inglesa se fue alejando del surrealismo más estrechamente vinculado al círculo de André Breton y Max Ernst para desarrollar un lenguaje completamente propio, que alcanzaría su plena madurez en México, donde se estableció de forma definitiva después de una corta estancia en Estados Unidos. "Su obra se orientó cada vez más hacia temas como la espiritualidad femenina, el ámbito doméstico, la transformación y la búsqueda de formas alternativas de conocimiento arraigadas en diversas tradiciones esotéricas, como el tarot, la cábala y la magia. También fueron decisivas para esta evolución las amistades que entabló en el país latinoamericano con otras artistas, especialmente Remedios Varo y Kati Horna, cuya influencia contribuyó al desarrollo de esta nueva dirección en su trabajo", apunta la curadora.

A pesar de las excepcionales circunstancias personales que atravesó a lo largo de su vida y de la particular cohorte de criaturas antropomórficas que poblaban su universo, lo cierto es que es imposible no sentir un fuerte magnetismo ante un cuadro de Carrington: sus escenas surrealistas resultan extrañamente familiares de alguna manera. Quizá sea porque la artista, a pesar de su insólita biografía, crea en sus cuadros un escenario donde cualquiera puede colocar sus propias emociones. "A lo largo de toda su carrera siguió explorando formas de representar la experiencia psíquica y de dar forma a aquello que resulta irrepresentable. Tal vez esa sea una de las razones por las que su obra continúa resonando con tanta fuerza entre el público: Carrington transforma el mundo en un lugar misterioso, encantado y mágico, abriendo un espacio para la vivencia interior que puede ser difícil de nombrar, pero que resulta conocido cuando uno se encuentra frente a alguna de sus pinturas".



FOTOS: NATHAN KEAY / IMAGEN CORTESÍA DE GALLERY WENDI NORRIS, SAN FRANCISCO
© 2026 ESTATE OF LEONORA CARRINGTON / VEGAP, SANTANDER.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Sobre estas líneas, 'Down Below' (1940), que representa a varios residentes del sanatorio convertidos en criaturas híbridas de humano y animal. En la doble página anterior, 'Villa Pilar' (1940), que nunca había sido expuesta ni publicada anteriormente.

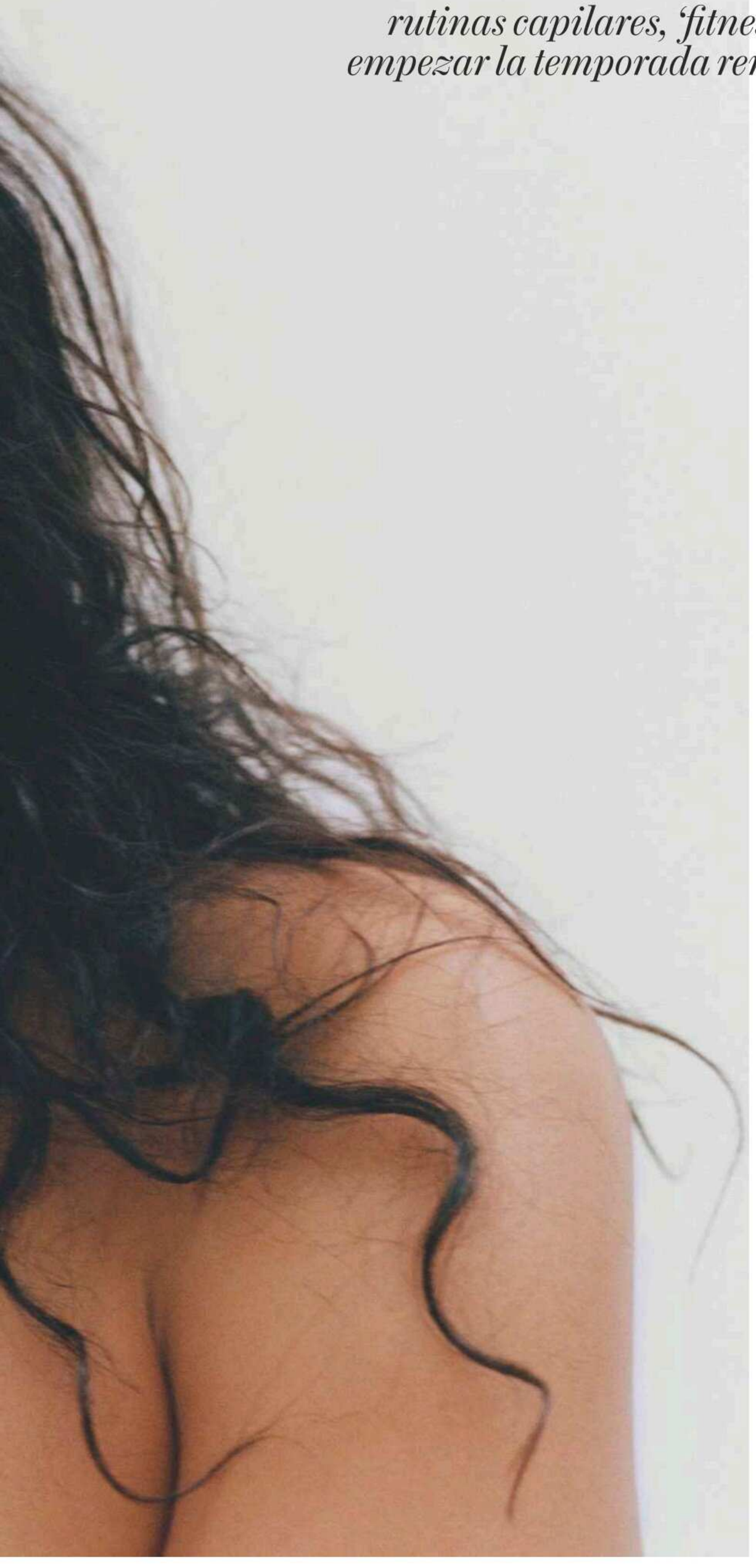
"Carrington transforma el mundo en un lugar* MISTERIOSO, *encantado y mágico, abriendo un espacio para la* VIVENCIA INTERIOR *que puede ser difícil de nombrar".

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

PUESTA A PUNTO

Afrontamos esta 'rentrée' con los deberes hechos: repasando los SEIS PILARES CLAVE *–bienestar emocional, nutrición, cuidado de la piel, rutinas capilares, 'fitness' e higiene del sueño– que nos asegurarán empezar la temporada renovadas y en equilibrio. Por* LAURA SOLLA.



UNA VUELTA AMABLE Y REALISTA

Septiembre es un mes de inicios, de regresos, de expectativas. También es ese momento del año en el que vuelve a aparecer con fuerza la idea de convertirnos en nuestra "mejor versión", con la presión que ello puede acarrear. "Esa presión no nace solo de nosotros, también forma parte del contexto. Vuelves de vacaciones, las ciudades recuperan el ritmo, llegan los reencuentros y, con ellos, las conversaciones sobre todo lo que 'vamos a empezar'. Y aunque plantearnos objetivos puede ser algo positivo, merece la pena preguntarnos desde dónde nacen para poner el foco en otra cuestión: ¿cómo está diseñada tu rutina? ¿Tu día a día te gusta? O, más importante, ¿es habitable para ti? Al final, las vacaciones no dejan de ser un momento puntual en nuestra vida. Lo que realmente pesa es nuestra cotidianidad", sentencia la psicóloga clínica María Cordón, que recomienda, antes de proponernos cualquier objetivo en septiembre, preguntarnos: ¿podría mantener esto también dentro de dos meses, en una semana de mucho trabajo o con menos motivación? "Si la respuesta es no, quizá no necesites más fuerza de voluntad, sino un objetivo más amable y sostenible. También puede ayudar empezar por la versión más pequeña de ese cambio". Recuerda: paso a paso se anda el camino.

CUIDARNOS DESDE EL PLATO

Todavía, muchas personas sienten la necesidad de 'compensar' los excesos de las vacaciones saltándose comidas, reduciendo drásticamente las calorías o recurriendo a dietas *detox* imposibles. Sin embargo, estas prácticas suelen aumentar el hambre y los antojos, además de favorecer una relación poco saludable con la comida. Así lo asegura Samia Rhalem, dietista del *resort* Royal Mansour Tamuda Bay, que nos recuerda que nuestro organismo no funciona así. "En la mayoría de las personas sanas, las dietas *detox* no son necesarias. El cuerpo ya dispone de un eficaz sistema de desintoxicación: el hígado, los riñones, los pulmones, la piel y el aparato digestivo trabajan continuamente para eliminar residuos y sustancias no deseadas". Por ello asegura que, a la vuelta de vacaciones, lo ideal es, sencillamente, recuperar una rutina estable: "Llenar la mitad del plato con verduras, elegir cereales integrales e incluir una fuente de proteínas de calidad en cada comida. También ayuda tener tentempiés saludables a mano y planificar algunos menús con antelación, especialmente durante las semanas más ajetreadas. Y, lo más importante: no buscar la perfección. Comer de forma saludable no implica que todas las comidas tengan que ser impecables, sino desarrollar hábitos agradables, realistas y sostenibles a largo plazo".

Revistas.PeruRadio.net.pe

RESETEO CUTÁNEO

"El deterioro más frecuente posverano no son las quemaduras solares, sino el daño subclínico acumulado por la radiación UV. Se manifiesta en forma de deshidratación, alteración de la función barrera, aumento de la pigmentación, empeoramiento de la textura y degradación del colágeno. Y mientras que la sequedad o la pérdida de luminosidad suelen ser reversibles, ese daño en el ADN, la fragmentación del colágeno y la elastina, las manchas solares y parte del fotoenvejecimiento son procesos acumulativos. Cada verano deja una pequeña huella biológica", explica Adrián Alegre, dermatólogo y director de Clínica ABDerma. Por eso, entre nuestras prioridades cutáneas de septiembre deberían figurar, en primer lugar, la recuperación de la barrera de la piel y la instauración de una fotoprotección rigurosa. Después, el experto aconseja añadir un antioxidante por la mañana, hidratación adecuada y un retinoide nocturno introducido progresivamente. "El otoño es probablemente el mejor momento para reintroducir retinoides. Son uno de los tratamientos tópicos con mayor evidencia para mejorar la renovación epidérmica y estimular el colágeno", asegura. Y, si existen manchas, textura irregular u otros signos de fotoenvejecimiento, aconseja añadir un plan personalizado que combine cosmética con procedimientos médicos como láseres, bioestimuladores de colágeno o medicina regenerativa. "La combinación de un buen tratamiento domiciliario con tecnologías médicas es la estrategia que ofrece los mejores resultados a largo plazo", añade.

UNA MELENA DE REVISTA

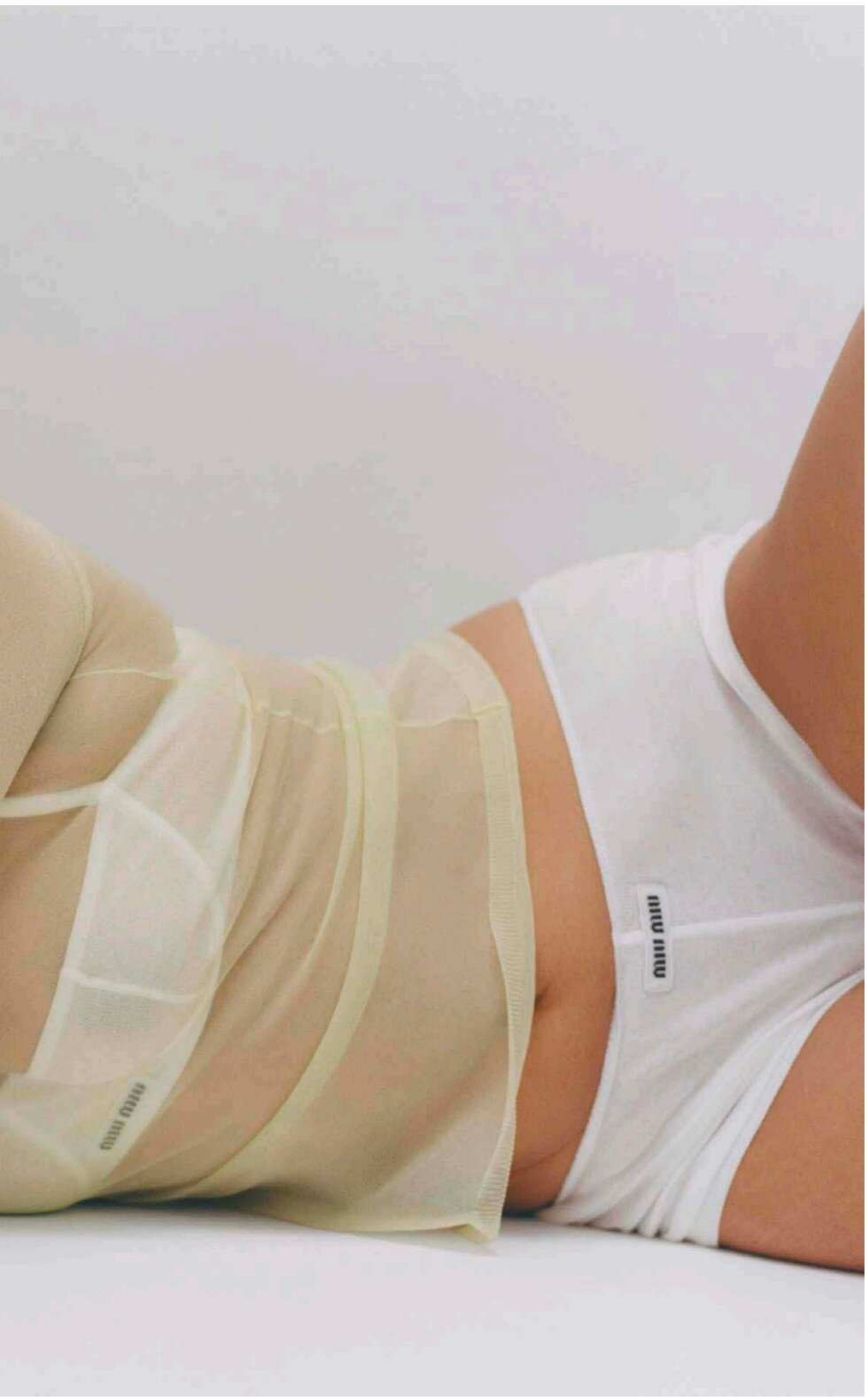
El cabello es una fibra de queratina y, a diferencia de la piel, no se regenera; cuando la cutícula se deteriora, pierde suavidad, refleja peor la luz y adquiere un aspecto apagado. "La sal del mar puede volverlo más rígido y deshidratado; el cloro de las piscinas altera especialmente los cabellos claros, teñidos o porosos, y la radiación solar afecta tanto al color como a la estructura. Los aceites, mascarillas y acondicionadores pueden mejorar su apariencia, pero eso no significa que reparen el daño interno", explica Unai Calero, enfermero experto en cuidado capilar. Por eso, tras el verano, recomienda combinar cuidados cosméticos, buenos hábitos y, si las puntas están dañadas, un corte para sanear. "También es frecuente notar una mayor caída entre finales de agosto y principios de octubre. Si se prolonga más de dos o tres meses o aparece junto a otros síntomas, conviene consultar a un especialista", recuerda. En cuanto a ingredientes cosméticos, para Calero resultan especialmente interesantes en septiembre: los acondicionadores catiónicos, que ayudan a reducir la fricción y mejorar el desenredado y la suavidad; las siliconas bien formuladas, que en un pelo dañado pueden ayudar a proteger la fibra, dar brillo, reducir el encrespamiento y disminuir la rotura por fricción; los lípidos, las ceramidas y los aceites vegetales, especialmente útiles en cabellos secos, largos o porosos; y las proteínas hidrolizadas y los aminoácidos, que pueden aportar cuerpo y una mayor sensación de resistencia.

FOTOS: LAURA COULSON.

"EN SEPTIEMBRE REAPARECE LA IDEA DE CONVERTIRNOS EN NUESTRA MEJOR VERSIÓN, CON LA PRESIÓN QUE PUEDE SUPONER".

Revistas.PeruRadio.net.pe

"LAS VACACIONES NO DEJAN DE SER UN MOMENTO PUNTUAL EN NUESTRA VIDA. LO QUE REALMENTE PESA ES NUESTRA COTIDIANIDAD".



OTRA FORMA DE ENTRENAR

Juanjo López, traumatólogo deportivo e infantil y médico del tenista Carlos Alcaraz, insiste en que, aquí, la clave está en la progresión. "Si se ha abandonado por completo la actividad física durante las vacaciones, el cuerpo necesitará unas semanas para readaptarse al esfuerzo. Conviene aumentar la carga de entrenamiento de forma gradual, respetando los descansos y escuchando las señales del organismo. Y, sobre todo, priorizar la calidad frente a la cantidad". Abdeljalil Guemra, especialista en fuerza y acondicionamiento físico y *fitness coach* de Royal Mansour Tamuda Bay, secunda la moción y añade que, aunque la mente recuerde lo que el cuerpo era capaz de hacer, este necesitará algo más de tiempo para ponerse al día. "Los músculos suelen recuperarse con relativa rapidez, pero los tendones y los ligamentos necesitan más tiempo para adaptarse. Exigirse demasiado antes de que estén preparados es una de las causas más frecuentes de lesión tras las vacaciones". Por eso, Guemra aconseja afrontar esta *rentrée* como una oportunidad ideal para centrarnos en la calidad del movimiento y en la técnica. "Empieza con aproximadamente entre el 60 % y el 70 % del volumen y la intensidad de los entrenamientos anteriores, y aumenta la carga de forma gradual". "Y lo más importante –añade López–, interioriza que no entrenas para tener un buen cuerpo el próximo verano, sino para seguir teniendo un cuerpo funcional dentro 20, 30 o 40 años. Eso es lo mejor que puedes hacer para conseguir tu mejor versión".

DESCANSADAS Y EQUILIBRADAS

Nuestro cuerpo funciona siguiendo un reloj biológico, conocido como ritmo circadiano. Prácticamente todas nuestras células tienen su propio reloj interno, sincronizado por un 'director de orquesta' ubicado en el hipotálamo que responde principalmente a la luz. "Cuando durante el verano nos acostamos más tarde, dormimos menos o cambiamos constantemente nuestros horarios, esa sincronización se pierde. Como consecuencia, puede alterarse la secreción de hormonas como la melatonina y el cortisol, pero también la sensibilidad a la insulina y las hormonas que regulan el apetito, como la leptina y la grelina. De hecho, sabemos que una sola noche de restricción importante del sueño puede disminuir la sensibilidad a la insulina al día siguiente y, si este patrón se mantiene durante semanas, aumenta el riesgo de alteraciones metabólicas y hormonales. Por eso muchas personas vuelven del verano con más cansancio, más hambre o con la sensación de que sus hormonas están descontroladas", explica Isabel Castaño, ginecóloga experta en salud hormonal. Para recuperar el equilibrio esta *rentrée*, asegura, es fundamental no solo volver a nuestros horarios regulares de sueño, también exponernos a la luz natural durante la primera hora del día, mantener una alimentación rica en proteína, fibra y grasas saludables, volver progresivamente al entrenamiento de fuerza y al ejercicio cardiovascular, reducir el consumo de alcohol y ultraprocesados y, quizá lo más difícil, gestionar el estrés. Ahí está la clave.

Revistas.PeruRadio.net.pe

NO SON COSAS DE LA EDAD

La periodista CARMEN LANCHARES *publica su primer libro, un ensayo honesto y realista sobre la ciencia de la* LONGEVIDAD, *sin promesas imposibles y con un discurso analítico sobre lo que implica esta conversación (y sobre todo lo que no se habla de cumplir años). Por* ANA MORALES.

En un momento en el que la longevidad domina una parte importante de la conversación con un discurso en el que se aborda el papel proactivo que podemos tener frente al paso del tiempo, es de agradecer que alguien ponga sobre la mesa otros aspectos no tan explotados mediáticamente. Haber abandonado esa actitud pasiva para adentrarnos en el mensaje de que podemos intervenir en el proceso –'son cosas de la edad' ya no es una frase posible en el discurso proenvejecimiento– puede hacernos caer en el 'si quieres, puedes' llevado al extremo y convertido en obsesión. Precisamente ese análisis desde una perspectiva psicosocial es, en parte, el eje conductor del primer libro de la periodista especializada en salud y bienestar Carmen Lanchares (Madrid, 1963). La que fuera durante 22 años directora de belleza de esta cabecera aborda en *El tiempo a nuestro favor* (Debate) los mantras esperados en este terreno como la manera en la que la alimentación o el ejercicio físico afectan a nuestro reloj biológico. Y lo hace desde el rigor y la evidencia científica que caracterizan su discurso, pero también con la honestidad y la capacidad analítica necesarias para cuestionar la supuesta benevolencia del mensaje actual que adoptamos la industria, los medios de comunicación y la sociedad frente a este proceso.

¿Somos ahora más políticamente correctos al hablar del envejecimiento, pero en el fondo no queremos ver las consecuencias del paso del tiempo? Lanchares responde: "Estamos atrapados en una paradoja. Es cierto que estamos ante un cambio de paradigma. Sin embargo, aunque hemos cambiado las palabras del discurso, no sucede tanto con el sentir que hay detrás. Del *antiaging* hemos pasado al bienintencionado *wellaging*, pero el miedo a lo que refleja el espejo y la sensación de que nos estamos quedando fuera de juego sigue ahí. Hoy la longevidad se ha convertido en una nueva religión con demasiados predicadores y una interminable lista de mandamientos: duerme ocho horas, entrena la fuerza, controla la glucosa, medita, ayuna, compra solo alimentos frescos y de calidad, gestiona el estrés, toma suplementos... Y si no llegas a todo, entras en una espiral de culpa y ansiedad. Hay gente que vive obsesionada con optimizar cada hábito, medir cada dato y corregir cualquier cambio que denote envejecimiento. No quiero decir con esto que el problema sea cuidarse; al contrario, ahora tenemos más información y más recursos que nunca para llegar a mayores en mejores condiciones. Y eso es maravilloso. El problema empieza cuando el control del cuerpo se convierte en una obsesión y cuidarse deja de ser una forma de bienestar para convertirse en una pelea contra el tiempo. Hemos sustituido el rechazo abierto por actitudes y mensajes más sutiles o sofisticados. Actualmente se repite eso de buscar 'la mejor versión de uno mismo'. Suena muy bien, pero casi siempre implica tener menos arrugas, menos grasa, más músculo y más vitalidad. El problema no es aspirar a mejorar sino que se haya decidido que esa mejor versión siempre sea una más joven. Y esa presión soterrada nos trae más estrés, autoexigencia y menos calidad de vida".

La periodista abre así el debate sobre realidades menos exploradas de esta conversación, como, por ejemplo, el privilegio de envejecer y la manera en la que la clase social y la situación económica manejan este proceso. "Solemos creer que el envejecimiento es una cuestión de pura biología, pero la cuenta corriente es un factor determinante también, no solo para vivir más años sino, lo más importante, para vivirlos mejor. Recuerdo que, preparando un reportaje, una socióloga me habló de unos datos muy reveladores que mostraban la brecha en la esperanza de vida de hasta 11 años entre dos barrios de Madrid, uno adinerado, como el de Salamanca, y otro más humilde, como el de Vallecas. Y esa diferencia no solo era cuantitativa (vivir más tiempo) sino también cualitativa, porque la vejez se vive en mejores condiciones cuando hay recursos. La situación económica influye más de lo que pensamos. Vivir con la incertidumbre o la angustia de no llegar a fin de mes o asumir en solitario el cuidado propio o el de un familiar cuando somos mayores genera un estrés crónico que termina pasando factura. Y sabemos que unos niveles altos de cortisol y sostenidos en el tiempo aceleran el reloj biológico. Una posición acomodada, en cambio, es un buen escudo, porque ayuda a restar preocupaciones, reducir cargas e invertir en prevención. El dinero, a veces, también ayuda a comprar tiempo. Tiempo para hacer ejercicio, descansar, cocinar mejor, acudir al fisioterapeuta o al psicólogo o delegar tareas. También facilita adelantarse a la enfermedad con el acceso a revisiones médicas, diagnósticos más rápidos o tratamientos antes de que un problema se agrave. Contamos con una sanidad pública excelente y unos grandísimos profesionales, pero las listas de

FOTO: NACHO ALEGRE, CORTESÍA DE DEBATE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

espera y la falta de recursos de un sistema público que no da para más hacen que quienes pueden permitirse un seguro privado tengan, en algunos casos, una ventaja importante. A esto se suma la alimentación. Con una pensión demasiado ajustada, muchos jubilados tienen que sacrificar la compra de productos frescos y de calidad, optando más por ultraprocesados, que son más baratos pero no nutren igual. Al final, cuando se tienen los medios y el tiempo para cuidarse, es más fácil hacer frente y ralentizar el desgaste que va llegando con los años", analiza la autora.

Esto nos lleva a otro punto interesante: el desafío social al que nos enfrentamos y que debería ser el próximo objetivo de la conversación prolongevidad. Por mucho que el lenguaje haya cambiado, de alguna manera se sigue (seguimos) penalizando el envejecimiento, tanto a nivel social como desde un plano puramente personal en el que las consecuencias del paso del tiempo se convierten en preocupaciones: "Nos sigue costando reconciliarnos con el paso de los años. Aunque se evite hablar abiertamente de decadencia, el imaginario apenas ha cambiado y nuestra cultura sigue teniendo un problema con la vejez. Todavía pesa la idea, a veces inconsciente, de que nuestro valor como personas y nuestro prestigio social dependen de mantener un cuerpo joven, eficiente y atractivo. La gerascofobia y el edadismo están muy presentes en una sociedad que aún rinde pleitesía a la juventud y percibe el envejecimiento como una amenaza. Aunque se nos llena la boca diciendo que la edad es solo un número y hayamos sustituido la palabra viejo, por *silver* o *senior*, hemos caído en una trampa social peligrosa. La OMS ya ha alertado sobre el edadismo como una amenaza real para la salud y el bienestar de las personas. Lo vemos en detalles que normalizamos en el día a día como la invisibilidad mediática y comercial. El edadismo persiste como una barrera real, tanto para el trabajador de 60 años que lucha por su empleo a pesar de su experiencia como para quien decide mostrar sus canas y recibe críticas por ello".

> "AUNQUE SE NOS LLENA LA BOCA DICIENDO QUE LA EDAD ES SOLO UN NÚMERO, HEMOS CAÍDO EN UNA TRAMPA PELIGROSA".

La teoría se da de bruces con la práctica. Sabemos que la edad cronológica ya no encaja con nuestra realidad: las capacidades físicas y cognitivas de una persona de casi 70 años hoy son equiparables a las de alguien mucho más joven hace apenas una década. Pero la sociedad sigue funcionando con prejuicios: a una edad se estudia, a otra se trabaja y llegado un punto parece que se espera que te retires a un segundo plano. Es más que un prejuicio, es una estructura que nos clasifica por la fecha de nacimiento. Lo que hoy se penaliza no es solo la arruga sino también esa especie de falta de coherencia con lo que la sociedad espera de ti a tu edad", añade Lanchares.

Con permiso de otros conceptos omnipresentes como la edad cronológica y biológica, Lanchares aborda la edad psicológica o, lo que es lo mismo, la manera en la que nos percibimos y nos perciben los demás. "Hay estudios como el publicado en *The Journals of Gerontology* que demuestran que las personas que se sienten al menos 10 años más jóvenes de lo que dice su carnet tienen un 18 % menos de probabilidad de morir en comparación con quienes se sienten de su misma edad o mayores. Además, quienes se perciben más jóvenes afrontan las enfermedades crónicas con un enfoque mucho más activo y positivo. Cuidar nuestra edad psicológica no consiste en vivir en la negación o jugar a ser adolescentes, sino en cultivar una mentalidad activa y optimista. En el fondo, uno es tan joven (o viejo) como se siente".

Puede que por todo esto, tras décadas consagrada al periodismo del bienestar y más de un año inmersa en la escritura de este libro, Lanchares también haya sacado sus propias conclusiones de vida. "Para mí, una de las cosas más importantes ahora mismo es exprimir el tiempo con la gente que quiero. Por encima de todo están las personas, Y aquí te confieso algo muy personal: uno de los momentos más especiales de mi día es el rato que paso cada tarde con mi madre. Ella tiene un alzhéimer bastante avanzado, y acompañarla me ha enseñado a encarar una realidad que es muy dura, pero que cada día me da una lección de lo que significa el afecto, la presencia y lo que de verdad es esencial. En esos ratos compartidos recibo yo muchísimo más de lo que le aporto. Cada vez tengo más claro que hay que cuidar los vínculos; porque las relaciones no se mantienen solas", concluye. Eso también es envejecer llena de gracia.

'El tiempo a nuestro favor' (Debate), estará a la venta el 3 de septiembre de 2026. Un análisis sobre los límites de la longevidad en el que la periodista Carmen Lanchares propone comprender el proceso para vivir mejor.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Suscríbete

NO TE PIERDAS NADA DE VOGUE ESPAÑA

E-BONO
1 año por 62€

RECOGE LA REVISTA EN EL QUIOSCO Y NO
TE PIERDAS LOS REGALOS DE PORTADA

HOME DELIVERY
1 año por 62€

RECIBE LA REVISTA EN CASA Y ELIGE
TU REGALO DE BIENVENIDA

FOTO: SILVIA DE LA ROSA. REALIZACIÓN: MARÍA SAN MILLÁN.

SUSCRÍBETE O REGALA AQUÍ
SUSCRIPCION.VOGUE.ES

Revistas.PeruRadio.net.pe

EAU VITAMINÉE ÉNERGIE ABRICOT, DE BIOTHERM

Bruma corporal ligera con acordes de albaricoque, mandarina y madera de cedro para un efecto energizante.

BORN IN ROMA GOLDEN COCONUT, DE VALENTINO

'Mist' para cuerpo y pelo inspirada en el aroma de un macaron de coco con notas solares y acordes limpios.

SATIN CREAM, DE CALVIN KLEIN

Perfume ligero hidratante para cuerpo y cabello con vainilla batida, almizcle y grosella negra.

DAISY MIST LEMON SPRITZ, DE MARC JACOBS

Fragancia ligera con aceite esencial de limón y acordes de fresa y de limonada rosa.

ESE SUAVE VELO

El universo de los perfumes se reinventa con BRUMAS *ligeras e hidratantes para cuerpo, pelo y ropa que se pueden* SUPERPONER *y combinar para explorar la faceta más creativa del terreno olfativo. Por* ANA MORALES.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Hace más de diez años la diseñadora y creadora de una icónica saga de fragancias, Lolita Lempicka, contaba a esta cabecera lo que podría ser la génesis de uno de los fenómenos *beauty* de 2026: "Me gusta perfumarme el pelo porque el olor permanece más tiempo. Y porque al darme un beso pueden oler mi fragancia", decía. No le faltaba razón ya que desde un plano puramente físico (confirmado por los perfumistas) el cabello, al ser poroso, absorbe muy bien los aromas. Puede que por eso las brumas perfumadas para el pelo, que también se pueden vaporizar en la piel e, incluso, en la ropa y no dañan la melena (el alcohol de las fragancias sí puede hacerlo) sean uno de los catalizadores que están impulsando el crecimiento del sector. No en vano, según datos de la consultora de mercado IMARC Group se prevé que este nicho crezca hasta un 6 % entre 2026 y 2034. Larga vida a las brumas.

M6, DE SEPHORA COLLECTION

Bruma perfumada para cuerpo y cabello con monoi y bergamota para un olor solar y cítrico.

WARMTH, DE OLISTIC

Bruma capilar antiencrespamiento con notas de melocotón, acordes marinos, limón de Sicilia y rosa damascena.

CHEIROSA 91, DE SOL DE JANEIRO

Fragancia ligera inspirada en los 'remixes pop' de 1981 con notas de fruta de la pasión y caramelo de miel.

STARLICIOUS PINEAPPLE MUSK, DE MUGLER

Bruma 'gourmand' para pelo y piel con olor a coco, piña y almizcle y acabado ligeramente nacarado.

LA VIE EST BELLE VANILLE NUDE, DE LANCÔME

Una reinterpretación ligera del icónico perfume de la 'maison' con olor a vainilla glaseada, jazmín y almizcle.

FOTOS: D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

PLAN DE EVACUACIÓN

Revistas.PeruRadio.net.pe

Comidas y climas distintos, 'jet lag', deshidratación... A la hora de VIAJAR, *nuestra* MICROBIOTA *se puede ver alterada, por eso conviene* CUIDAR *de nuestra salud digestiva siguiendo una serie de recomendaciones. Para que nada nos impida disfrutar.*
Por ALEXANDRA LORES.

Ni viaje es (siempre) sinónimo de disfrute ni vacaciones de bienestar intestinal y estomacal. Fuera de casa, nuestra rutina se resquebraja y que eso ocurra tiene consecuencias. "El sistema metabólico se genera de forma horaria, por eso la base de una buena salud digestiva reside en mantener unos hábitos de vida saludables y constantes: comer y cenar a las mismas horas, hidratarse, dormir bien y permanecer activo", adelanta la doctora Rocío Llorca Fernández, experta en microbiota, especialista en aparato digestivo y directora médica de Simbia Clinic. Parece fácil, pero en ocasiones tampoco cumplimos con estas recomendaciones desde nuestra residencia habitual, pues hay factores que escapan a nuestro control. "La emoción por lo que vendrá después, el estrés por los desplazamientos, el miedo a olvidarnos de algo y el deseo de que todo salga bien tampoco nos beneficia en este sentido", prosigue la dietista Esther Onivenis. "Después de todo, intestino y cerebro están estrechamente conectados", incide. Por tanto, las posibles complicaciones –digestiones pesadas, gases, estreñimiento, diarrea o distensión–, de haberlas, pueden empezar antes del viaje. O continuar a la hora de repostar en una gasolinera y hacerse con unos víveres (ultraprocesados y con muchos aditivos) o de coger un avión. Nos lo cuenta Lorena G. Díaz, periodista de viajes y estilo de vida, y una habitual a bordo. "Cuando estamos volando, la presión atmosférica es mucho más baja y la humedad también, por eso las papilas gustativas se adormecen y los alimentos nos parecen más sosos. Para que nos resulten más sabrosos, se sirven platos mucho más coloridos y enriquecidos", explica Díaz. Pero más allá de la satisfacción inicial –porque lo que vemos nos entra por los ojos–, existe un riesgo. "Estas comidas, con todos esos potenciadores del sabor, funcionan como tóxicos para nuestro sistema digestivo", avisa la doctora Llorca Fernández. La periodista insiste en que se están haciendo grandísimos esfuerzos para mejorar los menús que disfrutamos en las alturas. "Incluso hay aerolíneas que tienen a su propio chef que se encarga de darle ese toque final, porque los platos llegan precocinados. Pero luego está la propia física del avión y que los hornos no son como los de nuestra casa", reconoce.

Una vez en tierra, el *jet lag* también nos afecta, porque tal y como anunciaba la doctora al comienzo de esta pieza, somos seres cronobiológicos. "Nuestro sistema metabólico y nuestras hormonas se generan de forma horaria, así que si dormimos de día y no descansamos, el sistema digestivo se verá alterado", expone. Lamentablemente, esta no es la única complicación que supone cambiar de huso horario. Un clima distinto al que no estamos acostumbrados también pasa factura. "Cuando hace calor nuestra digestión es más lenta porque el flujo sanguíneo se dirige a la piel para regular la temperatura", continúa la facultativa. Lo mismo ocurre en ambientes helados, ya que "el frío extremo lentifica sensiblemente este proceso". Las complicaciones son muchas y dispares, pero también las prevenciones. "Además de hidratarnos y descansar, conviene decantarse por alimentos que sean frescos de temporada, como pescados y carnes blancas cocinadas a la plancha o al horno, y evitar el exceso de alcohol que enlentece nuestra digestión, altera el sueño y nos hincha aún más", recomienda Llorca Fernández. "Tampoco debemos consumir agua que no sea embotellada, sobre todo en determinados países, porque hay microorganismos a los que nuestro cuerpo no está acostumbrado y eso puede llevarnos a la famosa diarrea del viajero". Díaz procura reducir el uso del hielo y lavarse mucho las manos. "Llevo un desinfectante en espray para utilizarlo antes y después de comer". Onivenis, por su parte, cree que es fundamental "moverse y caminar, privilegiar la fibra y desplazarse con margen suficiente; además de dejarlo todo preparado y planificado con antelación para así evitar un estrés añadido". Porque lo importante es que nuestra microbiota no se altere, máxime si ya lo estaba antes.

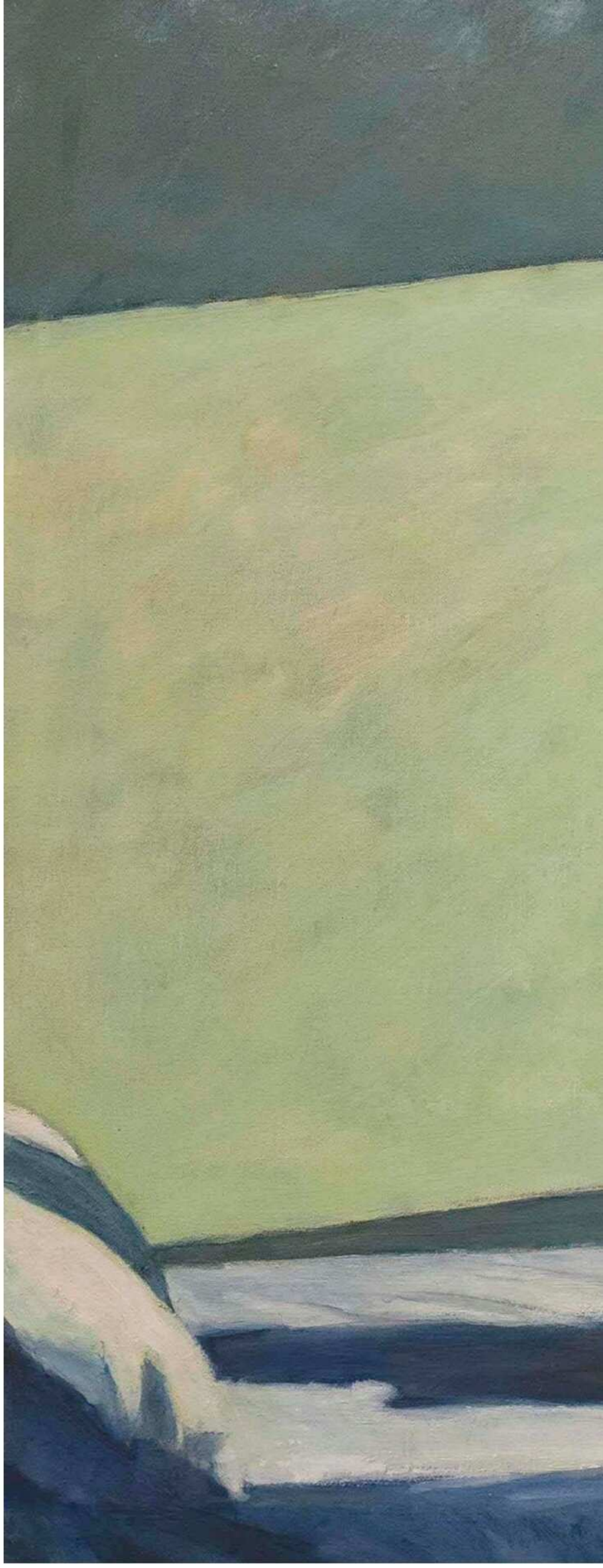
¿Pero cómo hemos llegado hasta aquí? "Comemos con una pantalla delante o mientras consumimos noticias estresantes, y así impedimos que el nervio vago –el que conecta el cerebro con el intestino– se active. Al no alimentarnos de manera consciente, este no se activa y aparecen esas digestiones pesadas, ese estreñimiento y esa distensión abdominal famosa", prosigue la doctora. Onivenis coincide en el catalizador. "Estar sometidos a altos niveles de estrés, especialmente en periodos prolongados de tiempo, puede afectar a la motilidad intestinal, aumentar la sensibilidad del intestino y alterar la comunicación entre el cerebro y el aparato digestivo". Pero hay esperanza. Díaz, acostumbrada a pasar la mayor parte de su rutina laboral fuera de casa, comparte algunos de sus trucos. "Intento prescindir del desayuno o de la cena para no someter a mi cuerpo a un volumen tan ingente de comida –sobre la que después tendré que escribir–. Pero disfrutar de la gastronomía es una parte fundamental de viajar y una forma de descubrir otras culturas y no me privo de nada. También es cierto que tengo una buena salud digestiva", expone. Para hacerlo sin complicaciones, Llorca Fernández recomienda preparar el intestino con probióticos específicos. "No todos valen porque cada cepa es para una enfermedad diferente. Lo mejor es consultarlo con tu médico o farmacéutico de confianza". Parece, por tanto, que viajar requiere de una cierta planificación, pero el precio a pagar nunca es demasiado alto si luego el disfrute está asegurado. *Bon voyage!*

FOTO: FÉLIX VALIENTE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

CON PAUSA, SIN PRISA

En un contexto acelerado e hiperproductivo, PARAR *es casi un gesto de resistencia. Este es el relato de alguien que empezó a* MEDITAR *–quizá la forma más profunda de llevarlo a cabo– en la oficina en busca de un reseteo diario.*
Por CECILIA CASERO.



Resulta bastante curioso que tengamos interiorizada la importancia del ejercicio físico diario y que no apliquemos la misma lógica al bienestar mental. Quizá se deba a que vivimos en la era del culto desaforado por el físico y todas sus perversas derivaciones –de la extrema delgadez a la vigorexia– o sencillamente que el turbocapitalismo no nos da la más mínima oportunidad de ceder al descanso y a la inacción. Pero lo cierto es que no hay una cultura extendida en torno al equilibrio interior desde la perspectiva de parar.

Pilu Sánchez, fundadora del laboratorio de presencia y conexión Heartbeats, es una firme defensora de la pausa en general y de la meditación en particular. Tanto como para impulsar un personalísimo proyecto, la Cofradía de la Pausa, que busca desarrollar una labor divulgativa en torno a los incontables beneficios que tiene interrumpir el modo automático en el que vivimos de forma casi permanente, como gesto de autocuidado pero también de resistencia. Ese estado, que se llama red neuronal por defecto (RND), alude a un conjunto de regiones cerebrales que se activan especialmente cuando la mente entra en piloto automático y se relaciona con el diálogo interno constante, las anticipaciones, la rumiación o la divagación mental. La práctica de la meditación trata de romper esa dinámica para recuperar la atención consciente en momentos puntuales. "Los beneficios para la salud física, emocional y mental de la meditación llevan probándose mucho tiempo y la ciencia los avala cada vez más", argumenta Sánchez. Y no se equivoca: un estudio reciente de la Facultad de Medicina de Harvard indica que los descansos breves favorecen la recuperación del cerebro y aumentan de forma notable la capacidad de atención y memoria.

La experta diseñó un mapa de tres semanas para iniciarme en la meditación. Cada una de ellas tenía un plan concreto, con instrucciones diarias, recomendaciones y modalidades que podía probar a introducir, y hablábamos por teléfono cada miércoles para ver cómo me iba sintiendo y resolver dudas. Fue una suerte de *onboarding* en el que ella me guió hasta soltarme la mano por completo. Desde el primer momento tenía claro que para conseguir que

OBRA: MORNING SUN (1952), EDWARD HOPPER.
FOTO: BUYENLARGE / GETTY IMAGES.

Revistas.PeruRadio.net.pe

la práctica fuera, de verdad, un hábito diario, tenía que introducirlo siempre en el mismo momento para que fuera recurrente. Valorando qué momento del día podría ser el ideal para hacerle un hueco llegué a la conclusión de que al mediodía era cuando tenía más sentido (por las mañanas, cada minuto está medido y destinado a una tarea en particular; y por las noches quedaba descartado porque, como me advirtió Sánchez, la práctica puede activarte y no es el efecto deseado antes de dormir). Así que la mejor opción parecía clara: en la oficina a la hora de comer.

A pesar de sentirme acompañada por mi cicerone de la meditación, el primer día estaba convencida de que no iba a durar ni cinco minutos. Pero aguanté 20 y no se me hizo largo. A partir de ahí, cada día fue evolucionando de una forma distinta: hubo algunos en los que meditaba más tiempo y con más facilidad, y otros en los que me costó *entrar*. Pero como dice la experta, cualquier práctica es mejor que nada. "No existe una mala meditación. Eso sí, hay algunas más placenteras o profundas que otras. Pero, siempre y cuando no fuerces una experiencia o un sentimiento concreto, lo estás haciendo bien. Tu cuerpo toma exactamente lo que necesita de la práctica. Pero hay que entender que no lo hacemos para sentirnos mejor sino para sentir, lo hacemos para dar espacio a todo lo que nos pasa. Da igual lo que ocurra durante el proceso, esto no va de ser buenos meditadores sino de tener una buena vida. Lo importante es cómo te encuentras después, el impacto que tienen esos 20 minutos".

Los primeros días me daba un poco de pudor retirarme a una cabina para hacer videollamadas para meditar y mis compañeros sondeaban mi cara al salir para comprobar si se había obrado algún cambio perceptible (espóiler: visible, ninguno). Pero, sencillamente, poco a poco todo el mundo dejó de prestar atención. Y no hay nada mejor que desmitificar la práctica: "Creo que hay que quitarle importancia. Nos lo han vendido como un baño de espuma para el cerebro y yo lo veo como una ducha diaria: te la das y punto, no le das más vueltas. Un día tienes dos minutos para ducharte, otro te recreas, otro te la das por necesidad y al siguiente te haces un *peeling*. Igual otro

Revistas.PeruRadio.net.pe

“HAY QUE QUITARLE IMPORTANCIA A MEDITAR. NOS LO HAN VENDIDO COMO UN BAÑO DE ESPUMA PARA EL CEREBRO Y ES MÁS UNA DUCHA”.

no te da tiempo a ducharte y no pasa nada. Y de vez en cuando necesitas un baño con velas. Pues lo mismo con la meditación. Es un momento para volver a ti: se armoniza tu sistema nervioso, sueltas estrés, te sientas con lo que traes y sigues con tu día pero desde otro lugar. Es una limpieza diaria emocional y mental”, explica la experta.

Como parte de mi programa de inmersión en la pausa diaria decidí leer *Atrapa el pez dorado* (Reservoir Books), el particularísimo ensayo del director David Lynch, que fue una de la voces más activas en la defensa de los beneficios de la meditación. Sus reflexiones conectan directamente con lo que me había anticipado Sánchez: “Nada garantiza que meditar y repartir el *Wall Street Journal* vayan a granjearte el éxito. Pero con concentración y meditación, aunque los acontecimientos de la vida externa sean los mismos, el modo en que pasas por ellos cambia y mejora muchísimo”.

Poco a poco, aprendí a fluir con la práctica y a adaptarme al contexto. Al principio me costaba concentrarme en el mantra con los ruidos propios de la redacción de fondo, pero pronto descubrí que no tenía sentido aspirar al silencio absoluto. A menos que vivas en el campo, aislada de todo, es prácticamente imposible no oír nada, así que lo mejor es aceptarlo e incorporarlo a tu práctica. Para mi sorpresa, ese momento justo antes de la comida se hizo un hueco con bastante facilidad en mi agenda, y mi cuerpo, de alguna manera, lo demandaba. Paradójicamente, cuando más me costó buscar el momento para meditar fue los fines de semana. A pesar de ser dueña de esas 48 horas (relativamente: tengo dos hijas), el hecho de no tener una rutina fija no favorecía en absoluto introducir la meditación. Además de que el ocio propio de esos días –quedar con amigos, comer y beber…– no son demasiado compatibles con la práctica de la meditación. Primero, porque es una actividad generalmente individual (aunque no siempre, de hecho, las meditaciones en grupo suelen ser más profundas porque los sistemas nerviosos se sincronizan y se crea un campo de coherencia que amplifica la práctica individual); y segundo, porque se medita mejor cuando no tienes el estómago lleno ni has consumido alcohol.

“¿Notas algo?”, me preguntaba de cuando en cuando mi marido. La pregunta del millón, supongo. Sánchez es bastante reacia a hablar en términos de qué sales ganando con la práctica porque, de alguna forma, recuerda a un enfoque más conectado con lo productivo. Pero indiscutiblemente ganas, y mucho. “Los beneficios son enormes pero a mí no me gusta hacer listas, porque si empiezas a meditar pendiente del resultado se convierte en otro objetivo que cumplir. Prefiero centrarme primero en la experiencia y luego en el conocimiento. Esa es la mejor forma de interiorizar algo para luego poder entender todo lo bueno que tiene”. Y continúa explicando: “La medicina occidental se construyó sobre el cuerpo físico y los resultados medibles. Pero cuando meditas no vas pasando pantallas, el cerebro se organiza y el sistema nervioso se regenera. Estamos enganchados a la vorágine, a la necesidad de hacer y producir. Hemos pasado de consumir cosas sin parar a consumir tiempo, de un tiempo habitado a uno consumido. Nuestro sistema nervioso necesita pausa, pero no para seguir igual, sino para regenerarse. Sin eso no hay presencia, ni escucha, ni vínculos verdaderos. Meditar es aprender a dejar hacer y a habitar el tiempo. Y ahí es donde aflora lo significativo. No es intelectual, no hay control, no es medible y por eso cuesta a veces verlo. Pero es profundo y transformador”. Pero por si acaso alguien a estas alturas del texto necesita evidencia científica, el departamento de Psiquiatría de la Universidad de Cambridge publicó en 2022 un estudio sobre la materia que arrojaba una conclusión clara: las personas que realizaron programas de meditación guiada presentaron una reducción pequeña-moderada del malestar psicológico.

Desde la humilde posición de una practicante novata, confirmo todo lo anterior: hay días en que lo último que quieres es quedarte a solas con tus pensamientos, pero incluso en esos momentos es reconfortante tener espacio para encontrarte contigo misma, con todo lo que eso conlleva. “Lo que ocurre con la meditación es lo siguiente: cada vez eres más tú”, decía el genial Lynch en su libro. Yo, por el momento, voy a seguir quitándome capas.

DESMONTANDO MITOS SOBRE LA MEDITACIÓN

El objetivo no es relajarse. De hecho, Sánchez recomienda no hacerlo antes de dormir. “La calma no es el fin de la práctica, es el proceso por el que hay que pasar para volver a ti. La relajación es el efecto secundario, no el objetivo. Para dormir hay meditaciones específicas pero, en general, si tienes una práctica diaria y eres constante, normalmente no necesitas una meditación especial para descansar”.

Tampoco se trata de dejar la mente en blanco. “Nadie puede ‘no pensar’: la mente es pensante por naturaleza. Pretender eso es como intentar que el corazón se salte un latido. Para los que tenemos una vida acelerada, conseguir que el cerebro esté en silencio total sería una tarea realmente difícil. Lo que buscamos es volver a nosotros mismos y darnos espacio”, explica la experta.

Meditar es complicadísimo. “Para nada, solo necesitas unos 15 o 20 minutos (mejor dos veces al día) y listo. Y no, para practicar no hay que ser una persona tranquila, ni con paciencia, ni andar despacio, ni hablar más bajito”, dice con cierta sorna Sánchez. Ya lo decía también Lynch en su ensayo: “Se puede meditar en cualquier parte. Se puede meditar en un aeropuerto, en el trabajo [¡doy fe!], en cualquier sitio”.

Es una práctica solitaria. “No tiene por qué, de hecho, ayuda mucho meditar acompañada, al menos al principio. En pareja, en grupo o simplemente con alguien que te sostenga mientras aprendes a entender lo que pasa cuando te sientas”, concluye la fundadora de Heartbeats.

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE WORLD

MILÁN

DONDE EL FUTURO SE HACE A MANO

22 DE SEPTIEMBRE DE 2026

VOGUE WORLD: MILÁN ES POSIBLE CON EL APOYO DE

alo ebay Lilly Meta Glasses

MÁS INFORMACIÓN EN VOGUEWORLD.COM

Revistas.PeruRadio.net.pe

EN LA ZONA CERO

Más no siempre es mejor, tampoco cuando se trata de ejercicio físico. De ahí la importancia de posicionar el MOVIMIENTO CONSCIENTE *como uno de los pilares de nuestro día a día. Por* LAURA SOLLA.

FOTO: LALA SERRANO

Revistas.PeruRadio.net.pe

1 ¿Qué es la 'zona cero'?

La llamada 'zona cero' engloba aquella actividad física que se realiza por debajo del primer umbral respiratorio, lo que se traduce aproximadamente en un consumo de oxígeno inferior al 60 % de nuestro máximo. "El esfuerzo percibido se situaría entre un dos y un tres sobre diez; es decir, se puede mantener perfectamente una conversación con frases largas", explica José Abellán, cardiólogo clínico e intervencionista del Hospital General Universitario Santa Lucía de Cartagena. En la práctica, tiene que ver con todo lo que hacemos durante el día más allá del entrenamiento; y es que muchos pasamos buena parte de nuestro día sentados, relegando toda nuestra actividad corporal a alguna clase programada en el gimnasio. "Sí, has entrenado una hora, pero ¿qué ocurre durante las otras 23?", se pregunta Pablo Gil, preparador físico. Ahí es precisamente donde entra en juego este concepto. "La zona cero se refiere a toda esa actividad cotidiana que realizamos casi sin darnos cuenta: jugar con tus hijos en el parque, permanecer de pie en lugar de sentado, dar un paseo tranquilo... Aunque parezcan acciones poco exigentes, también suponen un gasto calórico y contribuyen a mantener un nivel de esfuerzo beneficioso para el organismo".

2 La regla 3-2-¿1?

Eso sí, como bien explica Isidoro de la Cruz, *holistic coach* de Barceló Hotel Group y embajador del programa We-Balance de la cadena hotelera, "la zona cero es la base, pero no debería ser el techo. El cuerpo también necesita estímulo cardiovascular, trabajo de fuerza progresivo y variabilidad en el movimiento". Es por eso que la regla 3-2-1 ha ganado popularidad en los últimos años. Incluye tres días de entrenamiento de fuerza –una de las mejores herramientas para mejorar la salud ósea, prevenir la sarcopenia y favorecer la longevidad–, dos días de pilates y uno de cardio. "La estructura general es buena, pero el cardio me parece escaso. Para mí, lo ideal sería una rutina que incluya, como mínimo, tres días de fuerza, entre dos y tres sesiones de movilidad y estiramientos –con 15 o 30 minutos por sesión suele ser suficiente– y, al menos, dos días de cardio. Idealmente, uno de esos días sería un cardio continuo, a intensidad moderada y durante más tiempo, y el otro estaría basado en intervalos de alta intensidad, alternando esfuerzos intensos con descansos", aconseja Gil. El punto de partida sobre el que construir esta rutina –cuánto te mueves, cuánto caminas o cuánto tiempo permaneces sentado el resto del tiempo– es lo que entendemos como zona cero.

3 Bienestar físico (y emocional)

El ser humano está diseñado para moverse. Por eso cuando apenas realizamos actividad física el cerebro funciona peor y, a largo plazo, nuestro bienestar emocional termina resintiéndose. Estamos ante una realidad difícilmente discutible. "Sin duda, este es uno de los grandes beneficios de la zona cero: su capacidad para favorecer el bienestar emocional. Recuerdo una frase del psiquiatra español Jesús de la Gándara y su 'receta de las tres emes': mueve los pies –esto es, combate la inactividad–, mueve las manos –es decir, realiza actividades manuales y creativas– y mueve la lengua –en alusión a la comunicación, las interacciones sociales y la escucha activa–. Es una idea que refleja muy bien que la acción genera cambios, por pequeños que sean. Piénsalo así: es mejor avanzar sin prisa, pero sin pausa, que quedarse para siempre estancados en la casilla de salida", concluye Pablo Gil.

4 Adiós al '*no pain, no gain*'

"La cultura del *'no pain, no gain'* ha hecho mucho daño, porque vincula el progreso con el sufrimiento, genera culpa cuando no se alcanza una fatiga extrema y desconecta a la persona de sus sensaciones reales. Al no ser un enfoque sostenible, puede terminar provocando el abandono de la actividad e incluso lesiones. Además, favorece el rechazo a prácticas que puedan parecer suaves o insuficientes, pero que son también necesarias", argulle De la Cruz. Frente a esa búsqueda de la perfección, los expertos apuestan por construir hábitos que puedan mantenerse a largo plazo. "Por eso me gusta la regla del 80/20: hacer las cosas bien la mayor parte del tiempo, el 80 %, con constancia y priorizando el movimiento –ahí es donde entra la zona cero, la base del día a día–, pero con cierta flexibilidad. Este enfoque facilita que los hábitos se mantengan durante años", asegura Gil.

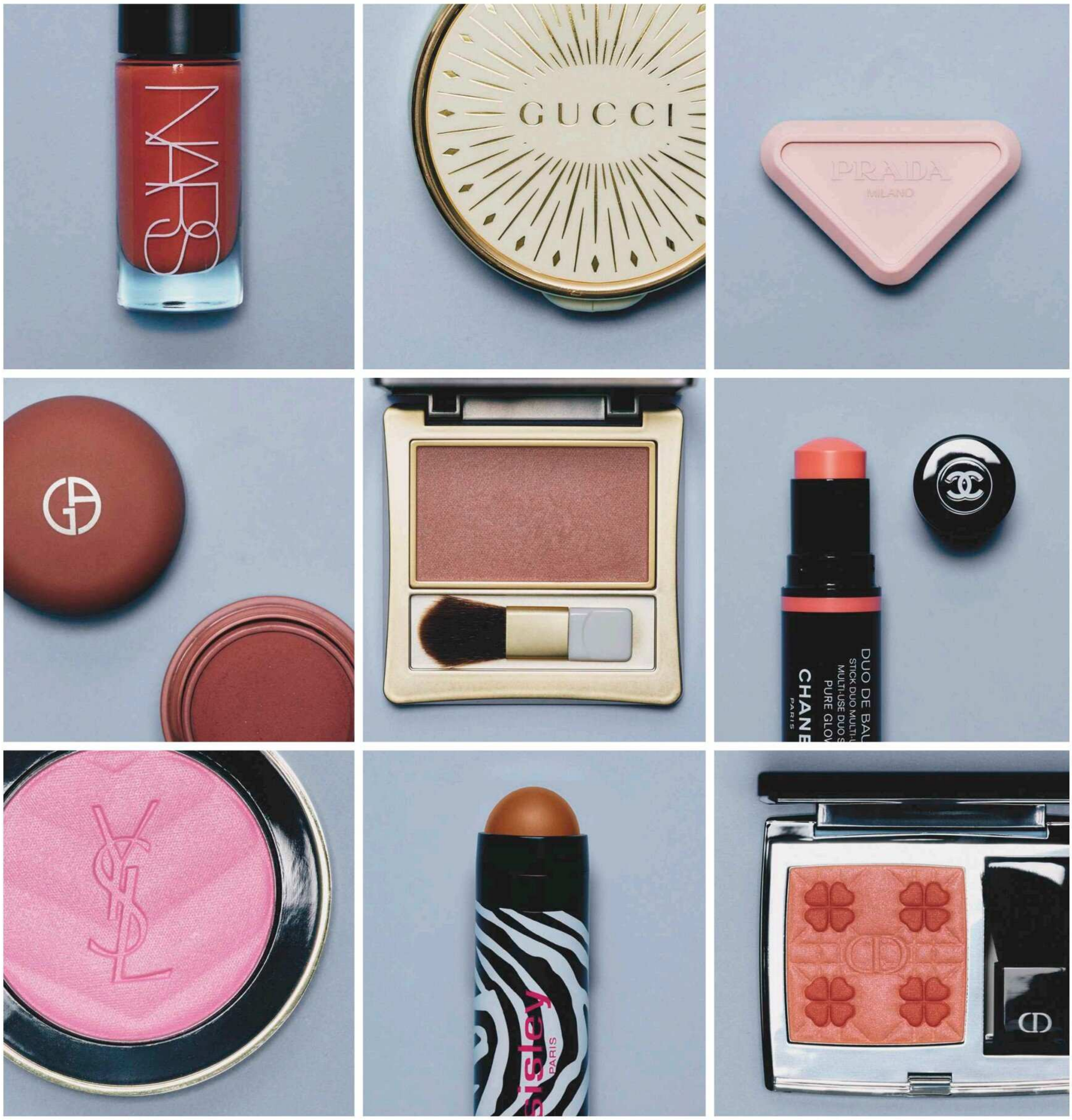
5 Casi sin querer

El experto en cardiología lo tiene claro: "Lo que más impacto tiene sobre nuestra salud es, en primer lugar, la actividad diaria y, después, la práctica de ejercicio. Las personas que caminan y se mueven a lo largo del día presentan un mejor pronóstico cardiovascular, una menor mortalidad y un menor riesgo de cáncer. Esto ocurre, precisamente, porque integran el movimiento en su vida cotidiana. Esa es la clave: que la actividad de baja intensidad forme parte de nuestro día a día casi sin darnos cuenta". Después llega el ejercicio de mayor intensidad y el trabajo de fuerza, que también resultan fundamentales. Pero, como suele decirse, hay que aprender a andar antes de poder correr o, haciendo uso del refranero español, la casa no se empieza por el tejado. "Antes de someter al cuerpo a esfuerzos elevados, conviene construir una base sólida de movimiento diario. Esa actividad cotidiana no solo beneficia al rendimiento deportivo, sino que también ayuda a reducir la activación excesiva del sistema nervioso –lo que se traducirá en optimizar el descanso–, mejorar la respiración y aliviar las tensiones musculares acumuladas. Además, favorece la recuperación: después de un entrenamiento intenso, moverse suavemente al día siguiente mejora la circulación, facilita la reparación de los tejidos, reduce la sensación de fatiga y acelera la recuperación muscular", argumenta Gil.

Revistas.PeruRadio.net.pe

NO ES LO DE SIEMPRE

Los COLORETES *son los niños mimados del mercado (y con razón). La innovación en* TEXTURAS *y* FORMATOS *alimenta el furor por este clásico. Por* ANA MORALES.



De izda. a dcha. y de arriba abajo, Insatiable Liquid Blush, de NARS, *versión líquida de larga duración y efecto natural; Gucci Glow Blush, de* GUCCI, *con una textura híbrida cremosa que se vuelve empolvada para un efecto segunda piel; PRADA TOUCH, de* PRADA BEAUTY, *es multifunción, tiene acabado mate y luminoso y está enriquecido con extracto de frambuesa; Armani Dolci Makeup Blush, de* ARMANI BEAUTY, *colorete en barra multiusos con notas de pera e higo y una fórmula cremosa fácil de aplicar; Blush colorete iluminador, de* ELIZABETH ARDEN, *en textura polvo y acabado radiante; Duo de Baumes, de* CHANEL, *'stick' dúo multiusos para dar color e iluminar labios y mejillas; Make Me Blush, de* YSL BEAUTY, *fórmula cremosa enriquecida con aceites de camelia y karité que se convierte en polvo al aplicarlo; Phyto-Blush Twist, de* SISLEY, *'blush' cremoso enriquecido con aceite de camelia y karité; Rouge Blush, de* DIOR, *dos tonos de colorete en una misma polvera para un efecto buena cara, en una edición limitada que rinde homenaje al clásico trébol de cuatro hojas.*

FOTOS: SILVIA DE LA ROSA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

MÁSTERES

Da el siguiente paso en tu carrera con Vogue College of Fashion

Máster en Comunicación de Moda y Belleza

Máster en Dirección de Empresas de Moda y Belleza

Máster en Imagen de Moda: Estilismo y Dirección Creativa

Máster en Diseño de Moda y Creación de Marca y Negocio

Máster en International Luxury Business

UNIVERSIDAD NEBRIJA

VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com

infoadmisiones@voguecollege.com

Revistas.PeruRadio.net.pe

EL FUTURO ERA ESTO

La inteligencia artificial y la ciencia predictiva inauguran una nueva era en la LONGEVIDAD CAPILAR: *una forma de cuidar basada en el diagnóstico y la personalización, con* L'ORÉAL GROUPE *a la vanguardia de esta transformación.*
Por MÓNICA HERAS.

Gracias a la ciencia sabemos que la salud y la belleza están interconectadas. Los avances en el estudio de los biomarcadores de la longevidad han permitido conocer mejor el ritmo de envejecimiento de la piel y han impulsado una nueva etapa en la ciencia capilar, que empieza a entender el cabello no solo como una fibra que se repara, sino como una estructura cuyo envejecimiento también puede anticiparse. Hoy podemos predecir cómo va a comportarse, diagnosticar su estado con mayor precisión y personalizar tratamientos y herramientas antes de que el daño se haga evidente; un paradigma de belleza en el que la tecnología funciona como hilo conductor para continuar con esa búsqueda inherente al ser humano e imposible de reemplazar por el algoritmo. Lo cierto es que una melena que resista el paso del tiempo se ha convertido en uno de los grandes retos de la ciencia de la longevidad, aunque también de la diversidad. A medida que abrazamos nuestra textura natural –según las previsiones de L'Oréal Groupe, en 2040 el 43 % de la población tendrá el cabello ondulado, rizado o muy rizado– y sofisticamos las rutinas de cuidado, aumenta la necesidad de comprender mejor cómo responde cada tipo de cabello.

Esa es la visión que L'Oréal Groupe presentó durante la última edición de VivaTech, uno de los eventos tecnológicos más importantes de Europa celebrado este año en París. Y donde mostró cómo la inteligencia artificial, los datos y la ciencia predictiva están transformando la longevidad capilar. Uno de los avances que más llama la atención es el uso de gemelos digitales para poder simular virtualmente cómo interactúan distintas moléculas con los diferentes

Revistas.PeruRadio.net.pe

tipos de fibra capilar, antes incluso de desarrollar una fórmula. El sistema no trabaja con un único modelo virtual, sino con ocho gemelos digitales que representan los principales tipos de cabello, que van desde el liso hasta el muy rizado o afro. "Hemos mapeado los secretos físicos y proteicos de cada textura, lo que nos permite crear productos que se adaptan a las necesidades químicas exactas de cada tipo. Esta tecnología elimina las conjeturas y nos permite predecir cómo reaccionará el cabello. A partir de ahí, avanzamos hacia innovaciones más inclusivas, precisas y eficaces, tanto para los salones como para el hogar", explica Guive Balooch, Global VP Tech & Open Innovation del grupo.

Balooch aclara que hasta ahora, para desarrollar un champú o un acondicionador, solían probar los ingredientes sobre mechones de cabello real procedentes de distintos lugares del mundo, pero gracias al *Digital Hair Twin* realizan una primera selección virtual de cientos de combinaciones antes de pasar a las pruebas físicas, lo que permite desarrollar mejores fórmulas, reducir los fallos y acelerar la innovación. "Seguiremos validando los resultados sobre cabello real, pero llegaremos a esa fase con muchas menos hipótesis que comprobar", añade. Se trata de una nueva era de belleza inteligente e intuitiva en donde la escucha, la anticipación y la personalización son clave, por lo que la implementación de estos avances tecnológicos no se queda en el laboratorio.

Una vez descifrada la biología de la fibra capilar, toca centrar esfuerzos en el cuero cabelludo, el origen de la salud capilar. En este sentido, L'Oréal ha incorporado *K-Spa* de Kérastase, un servicio de salón de lujo y alta tecnología impulsado por dos dispositivos: primero, *K-Scan*, un sistema de evaluación mediante una cámara inteligente con IA que utiliza un sistema de tres luces para analizar desde el enrojecimiento hasta el microbioma del cuero cabelludo. Y luego la fase del tratamiento se hace en la *K-Station*, que combina cinco tecnologías avanzadas para infundir fórmulas activas de forma más profunda, comprobando su eficacia en un segundo escáner que muestra los resultados en el momento. Este diagnóstico resulta fundamental, ya que el daño capilar no siempre es perceptible a simple vista. Como apunta el experto, "una fibra capilar mide aproximadamente una décima de milímetro, por lo que el ojo humano no alcanza a detectarlo". De ahí que las herramientas de análisis permitan comprender mejor su estado real y ajustar los tratamientos antes de que el deterioro se traduzca en falta de brillo, rotura o pérdida de calidad.

43%
DE LA POBLACIÓN
tendrá el cabello ondulado, rizado o muy rizado en 2040.

300
MOLÉCULAS
para el cabello permite probar la IA frente a las 10 que se analizan con métodos tradicionales.

La otra gran paradoja, según explica, es que muchos de los tratamientos que ofrecen una transformación más evidente son también los que más comprometen la salud del cabello. "Los consumidores buscan resultados. Por eso utilizan planchas a temperaturas muy elevadas o tratamientos de alisado. Nuestra responsabilidad es desarrollar tecnologías que ofrezcan ese mismo nivel de transformación, pero de una manera más responsable y mejor para el cabello", sostiene. Esa respuesta toma forma en *Light Straight™ + Multi-styler*, una herramienta que sustituye el calor extremo por luz infrarroja cercana para remodelar los puentes de hidrógeno del cabello sin comprometer la queratina natural ni la cutícula. Mientras que una plancha convencional puede alcanzar los 200 grados centígrados, este dispositivo trabaja a un máximo de 160. "Los 180 grados marcan el momento en que las proteínas del cabello empiezan a dañarse. Todo lo que supera esa temperatura compromete la calidad de la fibra", explica. "Nuestra herramienta no es menos eficaz ni más lenta; al contrario, es tres veces más rápida que una plancha convencional". En el fondo, la tecnología solo es la herramienta. Lo que realmente está cambiando es la forma de entender el cuidado capilar. Para Balooch, la prevención ya no responde a una cuestión de edad, sino de anticipación. Una persona de 30 y otra de 60 pueden seguir una estrategia a largo plazo; la diferencia reside en la intensidad de las intervenciones necesarias para preservar la calidad del cabello. "La longevidad consiste en ayudar a las personas a vivir, sentirse y verse mejor durante toda su vida", concluye Guive Balooch.

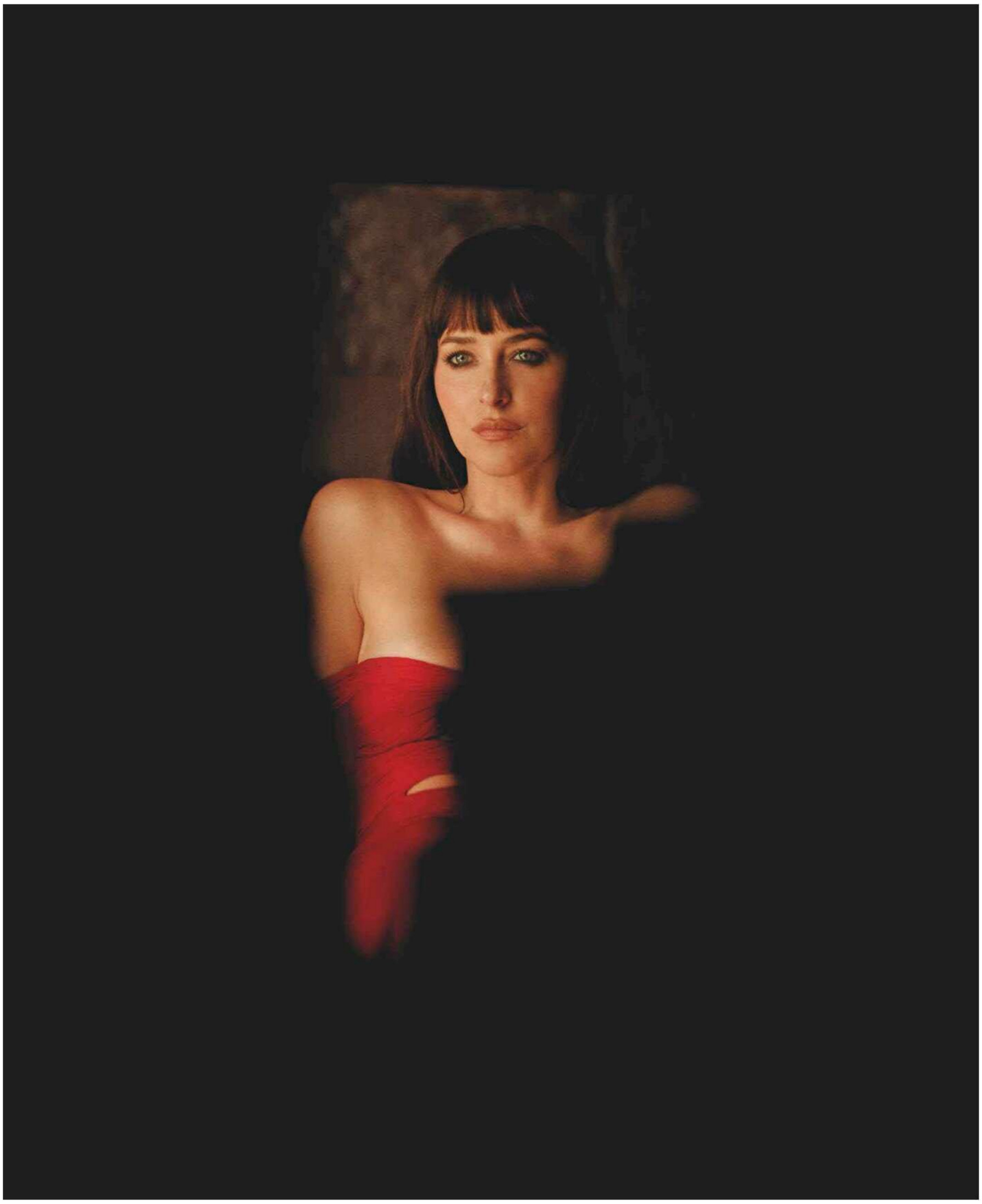
MILLONES
de mensajes sobre belleza y salud se intercambiaron cada semana en 2025 en ChatGPT.

280

Y MIENTRAS EN CASA...
De izda. a dcha., Dream Coat, de COLOR WOW, *espray antihumedad ligero; Absolut Repair Oil, de* L'ORÉAL PROFESSIONNEL, *con una fórmula multibeneficio 10 en 1; Genesis Serum Anti-Chute Fortifiant, de* KÉRASTASE, *para frenar la caída y fortalecer la fibra capilar; y Acidic Bonding Concentrate Leave-In, de* REDKEN, *para reparar y proteger.*

FOTOS: D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe



PASIÓN A LA ITALIANA

VALENTINO BEAUTY *ficha a* DAKOTA JOHNSON *para reinterpretar la narrativa del amor (sin mandatos algorítmicos) en la campaña de* VENDETTA, *su nueva franquicia de fragancias.* MARGAUX ANBOUBA *habla con ella y con Alexander Skårsgard, su pareja de viaje en esta historia olfativa.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Es la primera vez que los actores Dakota Johnson y Alexander Skårsgard colaboran en un proyecto. "Conozco a Dakota desde hace más de 10 años", me cuenta Skårsgard por Zoom desde el plató de rodaje de la segunda temporada de *Matabot* en Madrid. "Pero esta ha sido la primera vez que hemos podido trabajar juntos. La adoro". Ha hecho falta una de las mentes más brillantes del mundo de la moda, el director creativo de Valentino, Alessandro Michele, para reunir a los dos en una misma habitación. Bueno, también en un vehículo. Y quizá también en el desierto. Todo ello los ha unido por primera vez como embajadores del nuevo dúo de fragancias Vendetta (un nombre que rinde homenaje a la histórica fragancia de la casa presentada en 1991). La campaña, fotografiada por Inez & Vinoodh, irá acompañada de un cortometraje cuya trama promete ser apasionante y llena de tensión, acorde con la narrativa que impregna este proyecto en el que se reivindica un regreso a la profundidad emocional (sin algoritmos de por medio).

"Alexander es muy divertido", dice Johnson sobre su coprotagonista. "En el vídeo de la fragancia no hay ningún diálogo, pero aun así me lo pasé genial trabajando con él. Siempre tranquilo y dispuesto a todo", añade. La relación de Skårsgard con Vendetta comenzó, de hecho, hace 35 años con un frasco original del perfume. "Tengo recuerdos muy vívidos de ponerme litros encima antes de cada baile del instituto cuando era jovencito", recuerda riendo. La nueva fragancia Vendetta Uomo está elaborada con notas que también han conquistado al Skårsgard adulto: jengibre, licor de canela y pachulí. La edición Donna de Vendetta gira en torno a una flor que siempre ha sido una de las favoritas de Johnson: el nardo blanco, que se mezcla con naranja roja y sándalo. "Lo que más me gusta es que es embriagadora, pero a la vez suave", añade la actriz.

Aunque todo apunta a que la fragancia dista mucho de ser suave (tanto por el perfil olfativo como por la atmósfera que transmite la campaña), Skårsgard afirma que su gusto en cuanto a aromas es más bien conservador. "Uso perfume habitualmente, pero con moderación. Me encanta que se mezcle con tu aroma natural en lugar de dominarlo. Ya tuve bastante de sobreperfumarme cuando me bañaba en Vendetta en los años 90".

Y aunque este ha sido su primer proyecto juntos, tanto Johnson como Skårsgard coinciden en que no quieren que sea el último. Pero el actor tiene una petición: mejor sin coches la próxima vez. "Dakota conduce como una piloto de Fórmula 1", afirma. "Hay una escena en la que vamos a toda velocidad por un camino de tierra y lo que no se ve en esa escena es que, básicamente, me estoy haciendo pis encima de mis exquisitos pantalones de Valentino por culpa de su forma de conducir". Ojalá que eso se incluya en la versión extendida.

De arriba abajo, Vendetta Donna y Vendetta Uomo, de VALENTINO BEAUTY.

CONEXIÓN MAGNÉTICA

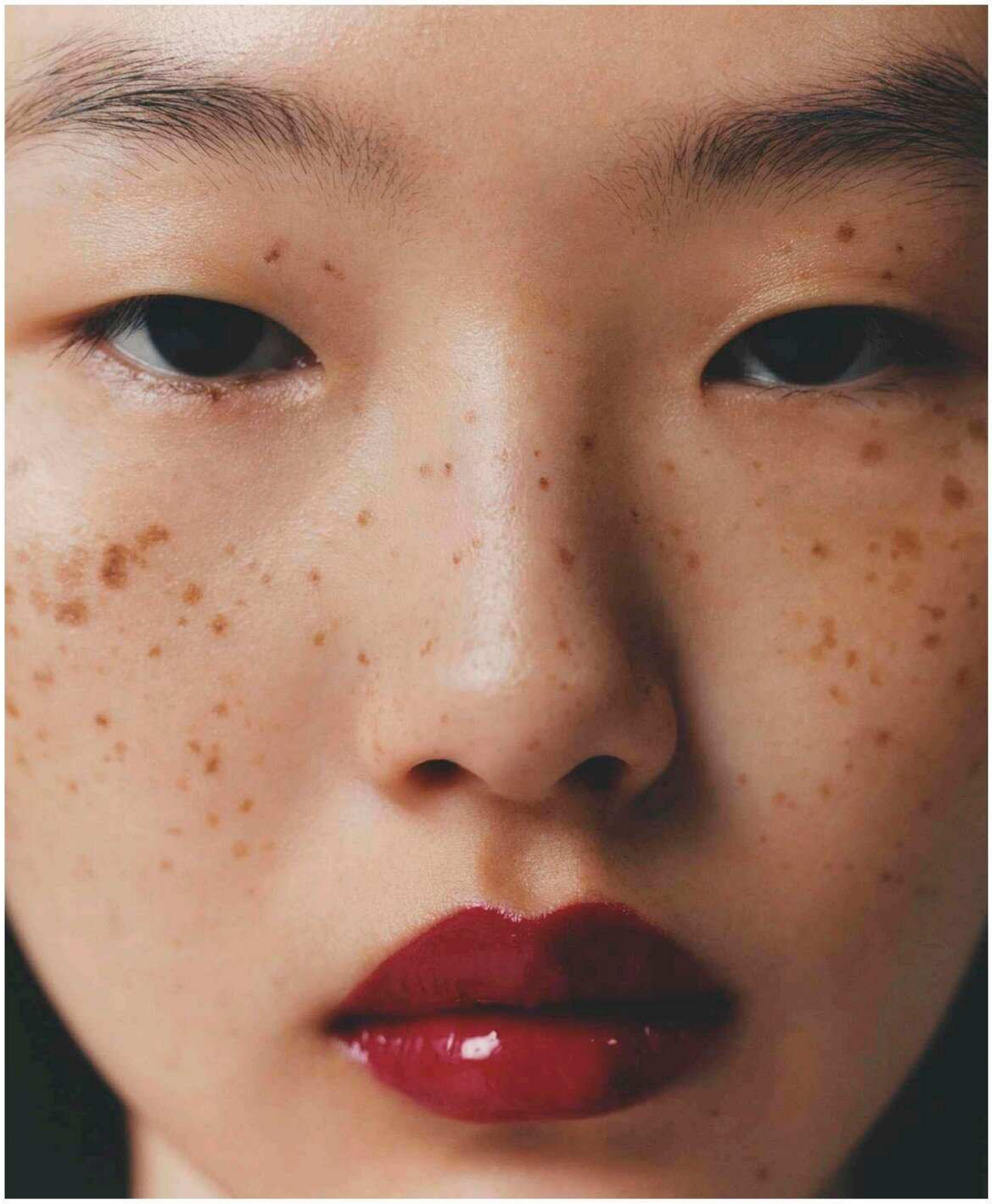
Por Ana Morales

Para este nuevo dúo olfativo, Valentino Beauty ha contado con dos de los perfumistas del momento: Dominique Ropion para Donna y Marie Salamagne para Uomo. Tal y como cuenta Ropion a esta cabecera, el punto de partida para la versión femenina fue la tuberosa, pero a la manera de la firma. "Junto a Andrew Everett exploramos formas de aportarle mayor modernidad y vitalidad a esta nota mediante un acorde de néctar de naranja Tarocco Rosso. También dedicamos un gran esfuerzo a su longevidad y estela, asegurándonos que esta fragancia floral mantenga su presencia durante horas". Ropion es consciente de la demanda de la consumidora actual que "busca aromas más audaces y con mayor carga emocional. El comportamiento de los perfumes a lo largo de las horas se ha convertido en una expectativa esencial para la perfumería moderna, se buscan con ahínco fragancias de larga duración, gran intensidad y alta calidad", dice. En Vendetta Donna se logra con una fórmula floral, dulce y amaderada a base sándalo y almizcle que amplifican la difusión del nardo blanco y genera un carácter adictivo poco convencional: "Actualmente muchas fragancias consiguen crear atracción con un estilo muy dulce. Nosotros elegimos un camino diferente", concluye. Para Vendetta Uomo, un *gourmand* amaderado y especiado, Salamagne ha querido "preservar esa intensidad emocional de la Vendetta original pero expresada través de un lenguaje olfativo contemporáneo. Los consumidores de hoy buscan fragancias con más textura, contraste y personalidad. Es un claro homenaje a la original, pero que conecta con una nueva generación", explica. Y confirma cómo ha cambiado nuestra relación con los perfumes: "Se adoptan texturas más ricas, aromas más profundos y estelas más sensuales porque la fragancia se ha convertido en una poderosa forma de autoexpresión. No solo se buscan olores más intensos, también con carácter, emoción y una presencia inolvidable", concluye. A imagen y semejanza de lo que vamos a encontrar en Vendetta.

FOTOS: CORTESÍA DE VALENTINO BEAUTY.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Skin Affair Soft Glow Cushion Foundation, de YSL BEAUTY, *base con escualano y ácido poliglutámico en polvera con formato recargable.*



El 'TAP TAP', *la técnica de maquillaje a toques que arrasa en la* K-BEAUTY, *y el formato* CUSHION *protagonizan el nuevo lanzamiento de* YSL BEAUTY, *un homenaje a las buenas costumbres orientales. Por* ANA MORALES.

DESDE ASIA CON AMOR

Saber cuándo el mercado está listo para consolidar una conversación en el supermasificado nicho de la belleza no es fácil de predecir. En un momento en el que el sector y las redes miran a Corea del Sur más que nunca –según datos de TikTok, las ventas en dicha plataforma de K-Beauty han crecido un 430 %–, YSL ha decidido que uno de sus grandes lanzamientos sea una base de maquillaje *cushion* –la marca es referente en Asia con este formato desde hace 10 años– acompañada de toda una filosofía en torno al gesto que dirige su uso: el viral 'tap tap' con almohadilla. Lo hace con un producto hecho en sus laboratorios coreanos, pero con la estética parisina que caracteriza a la *maison*. "Hemos pasado de la obsesión por la cobertura mate a buscar un acabado de piel jugosa. El estándar ha cambiado, y con él, las expectativas. Parte de ese cambio viene de la cosmética coreana, que democratizó el cuidado e instaló la piel jugosa como máxima expresión de salud y belleza", explica a esta cabecera Abdel Jahouh, General Manager de YSL Beauty en España y poseedor de un sexto sentido para detectar qué quiere el mercado en cada momento (suya fue la idea de crear la icónica barra de labios de punta cuadrada, The Slim). "También hay un matiz generacional: la *gen Z* se atreve mucho más a explorar, a mezclar texturas para una piel casi tridimensional, para un acabado tan fotogénico como videogénico", reflexiona antes de explicar por qué Skin Affair Soft Glow Cushion Foundation no es cómo los demás fondos de maquillaje en esponja. "Los primeros *cushions* que llegaron a Occidente no siempre encajaban: faltaban tonos o las texturas no se adaptaban a nuestro clima ni tipos de piel. Veníamos de un mundo antagónico, entre polvos que marcaban y cremas densas. Desde entonces las texturas se han ido sofisticando e hibridando".

¿Y por qué entregarse a las bondades de este gesto? "En la cultura asiática esta técnica es considerada la única que asegura la fusión total de la fórmula con la piel. Concretamente en la cultura K-Beauty se considera un error grave arrastrar el producto, en vez de buscar la adherencia perfecta de la fórmula con la piel a través de estos suaves toquecitos. Así, además de construir la base perfecta, también evitamos arrastrar el tratamiento y la protección solar aplicados previamente, paso imprescindible y no negociable en la cultura asiática", concluye Nerina Frean, Make Up Expert Trainer de YSL en España. Todo tiene sentido.

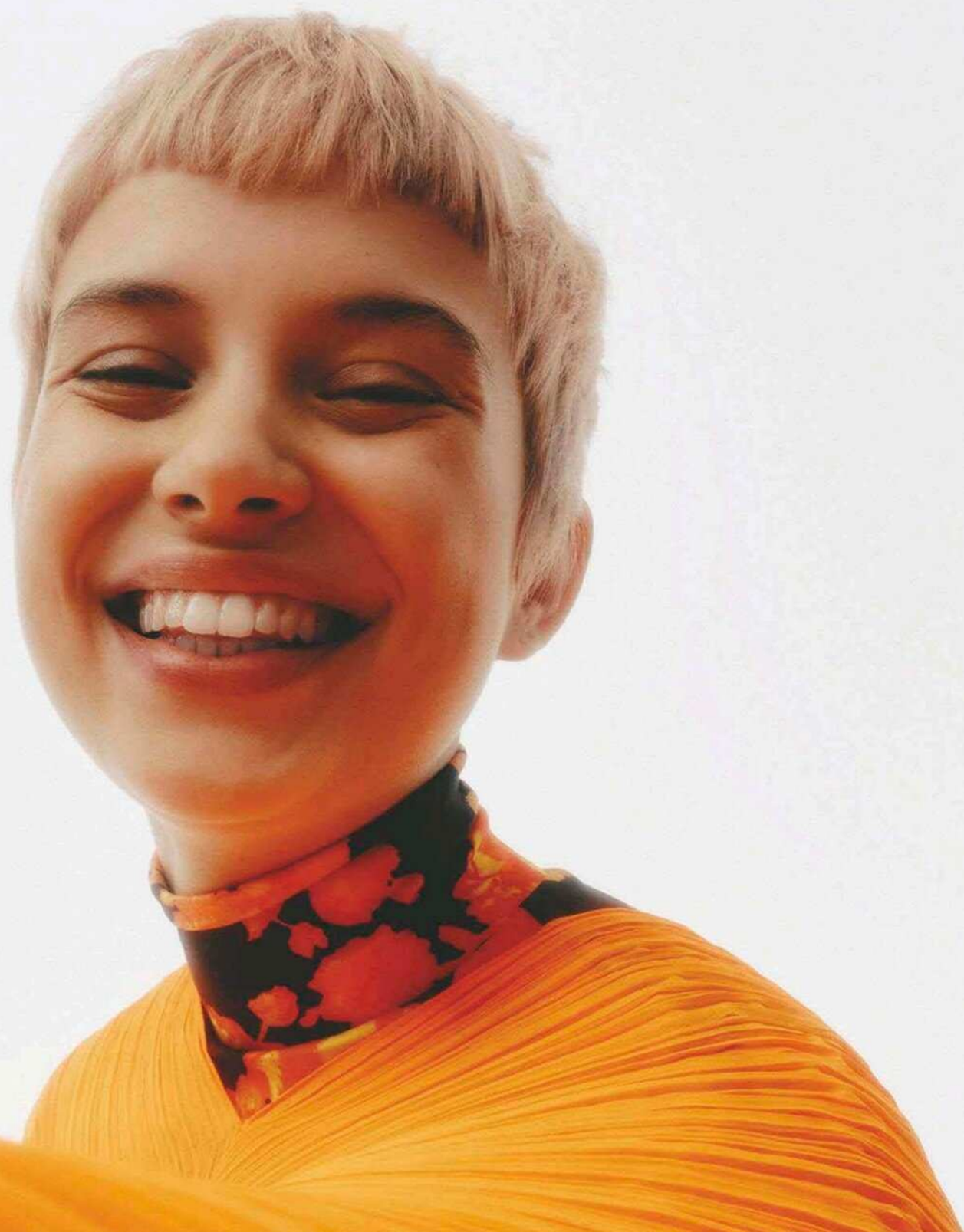
FOTOS: FELICTY INGRAM, D.R.

Revistas.PeruRadio.net.pe

VOGUE COLLEGE OF FASHION

Fórmate con el líder global en el mundo de la moda

MÁSTERES
DIPLOMAS
PRE-COLLEGE
CURSOS CORTOS
ONLINE



UNIVERSIDAD NEBRIJA

voguecollege.com
infoadmisiones@voguecollege.com

Londres Madrid Nueva York Online

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta página, Gabriela Serrats, en su estudio, lleva jersey de FABIENNE CHAPOT; *pantalón de* THINKING MU; *mocasines de* HEREU; *pendientes de* ALHAJA; *anillo de* CLEOPATRA'S BLING; *y anillo de* SIMUERO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ENCAJAR LAS PIEZAS

Hace seis años, GABRIELA SERRATS *aparcó la moda para centrarse en su propio proyecto artístico. Hoy, sus* CUADROS Y TAPICES *causan furor en la escena creativa madrileña. Fotografía* SILVIA DE LA ROSA. *Estilismo* PATRICIA LÓPEZ. *Por* GARBIÑE CONTINENTE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Cuando era pequeña, lo que más me gustaba era dibujar y pintar. Mi madre siempre ha dicho que pasaba horas en silencio con un cuaderno y un lápiz. Pero no era solo dibujar. Desde siempre, el arte para mí ha sido una forma de entender el mundo, un lenguaje. Me ha conectado con emociones, con historias, con símbolos... Eso me ha hecho sentir que era mi camino", confiesa Gabriela Serrats (Madrid, 1981). Aquella pulsión la llevó a estudiar Bellas Artes. Era el camino natural a seguir ya que, gracias a su tío paterno, había crecido muy conectada con este universo. "Tenía piezas muy divertidas en su casa, es un genio que siempre me ha inspirado mucho. Las primeras ferias y galerías que conocí fueron con él y con mi padre", recuerda con nostalgia.

Más allá de las influencias familiares, su formación debe mucho a la experiencia de vivir fuera de España –una década entre Londres y París– que le ayudó a empaparse de una infinidad de referencias. Desarrolló su carrera en la industria de la moda, en el departamento de diseño de firmas de lujo como Chloé, Nina Ricci o McQueen, y marcas como Miss Selfridge o Hoss Intropia. "Diseñar prendas no es tan diferente a crear un cuadro. Tiene que haber un fundamento, una funcionalidad, un concepto, una historia y a poder ser que sea bella, que trasmita y que se venda".

De ahí que dejar la industria textil para centrarse exclusivamente en la creación artística fuese un paso natural. Encontró en la pintura una vía de escape y diversión, una nueva forma de encontrarse: "Aparqué la moda a un lado sin intención alguna. Me di un *break* y, sin tratar de reinventarme, retomé la pintura y monté mi propio estudio en casa. Fue detonante la crianza de uno de mis hijos, Tristán, que dibujaba mucho en ese momento y pasaba horas con él en casa pintando. Me apropiaba de sus geniales dibujos para incorporarlos en mis lienzos". Estas composiciones vieron la luz en una pequeña colección de cuadros que bautizó como *mother&son*, y que se convirtió en la carta de presentación de su proyecto artístico. Aquí empezó todo.

Su obra siempre parte de fragmentos, recortes, tejidos, tramas, papeles, cartones sueltos y una infinidad de retales. Aunque la pintura es el elemento vertebral de todas sus creaciones: el trazo –la técnica con la que transforma los tejidos y la mano con la que compone los *collages*, forma los relieves o construye las tonalidades– es lo que aporta personalidad al resultado final. A partir de estos procesos, Serrats confecciona tapices coloridos, optimistas y reconocibles: "Mi obra es estética, armónica y cuenta cosas cotidianas. Creo composiciones y escenas de objetos abstractos que evocan algo reconocible. Parto de la imaginación, creando un juego entre la percepción y el recuerdo. Es ese ir y venir entre la abstracción y la alusión lo que quiero que experimente el espectador", confiesa la madrileña.

Para acoger su proyecto artístico, buscaba una sede que se adaptase a las necesidades del mismo. "Quería metros cuadrados, un espacio para poder pintar más y más grande, para manchar, para trabajar varias obras a la vez, para tirarme al suelo. En casa ya no cabía y encontré algo cerca que se adaptaba a mi ritmo –soy madre de tres niños–, equilibrando mi trabajo diario en mi estudio con la parte familiar", explica. En ese taller, ubicado en La Moraleja, Gabriela Serrats idea y ejecuta todas sus obras, de principio a fin. En los telares suspendidos tiñe los tejidos, los pinta, cose y manipula hasta hacerlos suyos, utilizando bases de materiales como el yute, el lino y el cáñamo; en las piezas sólidas utiliza el cartón para conseguir relieve y lo recubre con capas de pintura de cal y ceras al óleo.

"Me inspiro en imágenes que voy recopilando, en momentos fotografiados, en mi propia imaginación. Me baso mucho en los espacios de los años setenta, en lo *vintage*, en escenografías de interiores, en el brutalismo de los cincuenta, en los muebles y objetos de Gio Ponti o Pierre Yovanovich, en la moda de todas las eras, en artistas como Paul Klee y su mundo único, en las formas y manchas de Motherwell, en las escenas de Miró, en el constructivismo de Kandinsky, en lo surrealista de Victor Brauner...", enumera Serrats al preguntarle por las referencias a las que acude a la hora de idear sus propias obras.

Desde el lanzamiento de su proyecto, en 2020, ha expuesto en tres ocasiones y, en todas ellas, ha hecho *sold out*. La última, celebrada en el mes de mayo y bautizada como *Teatro de lo cotidiano*, reunía un conjunto de obras que exploraban la evolución de la artista: desde sus primeras piezas matéricas hasta los trabajos textiles más recientes, donde la composición adquiere una presencia más ligera, flexible y suspendida.

Serrats confiesa que tiene muestras y proyectos a la vista que prefiere no contar hasta que no se materialicen. Sin embargo, al hablar de futuro, sí hay un par de anhelos que se atreve a compartir. El primero, el de encontrar una galería en la que encaje y le ayude a desarrollarse. En un plano más terrenal –aunque no por ello menos romántico–, fantasea con un espacio propio donde poder crear: "Mi ilusión es tener un taller en casa pero, esta vez, en una cabaña en el jardín. Un lugar propio, íntimo, que pueda hacer mío desde cero y donde, además, pueda ir a cualquier hora del día. Ahora que estoy a punto de entrar a vivir en mi casa nueva, ese será el próximo proyecto".

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página anterior, Gabriela lleva cárdigan y camisa, ambos de MANS; *pantalón vaquero, de* MASSCOB; *anillo de* CLEOPATRA'S BLING; *y anillos de* SIMUERO. *En esta página, varias obras de la artista en su estudio.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta doble página, algunas obras y tapices de Gabriela Serrats expuestos en su estudio en Madrid.

Maquillaje y peluquería: María Andrés (Another Agency) para Dior Beauty. Ayudante de fotografía: Manuel Martos. Ayudantes de estilismo: Paula Hortal y Julia Tabares.

Revistas.PeruRadio.net.pe

"Mi obra es ESTÉTICA, ARMÓNICA
y cuenta cosas cotidianas. Creo composiciones
y escenas de objetos abstractos
que evocan algo RECONOCIBLE".

Revistas.PeruRadio.net.pe

Materia prima

El ‘GRUNGE’ *sigue más vivo que nunca en 2026, pero, en lugar de camisas de franela ‘oversize’ y estampados florales recargados, esta nueva etapa se caracteriza por capas vaporosas, vaqueros desgastados y un estilo* MINIMALISTA, *más desenfadado y relajado.*
Fotografía COLLIER SCHORR. *Estilismo* CAMILLA NICKERSON.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página anterior, Vittoria Ceretti lleva vestido de encaje, de TOM FORD; *camiseta 'vintage' sin mangas, de* MOTHFOOD SHOP; *y vaqueros 'vintage', de* eBAY. *En esta página, Gigi Hadid luce top de seda, de* GIVENCHY BY SARAH BURTON; *y vaqueros de* LEVI'S *en* MOTHFOOD SHOP.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Anok Yai lleva 'total look' de MIU MIU.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Liu Wen lleva chaqueta de HERMÈS; *'blazer' de* BROOKS BROTHERS; *camisa de* MICHAEL KORS COLLECTION; *y jersey de* JAKE'S.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página anterior, Liu Wen, con zapatos de TOD'S. *En esta página, Vittoria Ceretti luce camisa de* BROOKS BROTHERS; *pantalón tipo delantal, de* HODAKOVA; *y 'boxers' de* COMME SI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Alex Consani lleva vestido lencero y camisa de esmoquin, ambos de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Selena Forrest lleva camisa blanca, de THE ROW; *camiseta negra sin mangas, de* MIU MIU; *y pantalón de satén, de* CELINE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Vittoria Ceretti lleva vestido de CHANEL; *vaqueros salpicados de pintura, de* eBAY; *y botas militares 'vintage', de* THE QUALITY MENDING CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Anok Yai lleva vestido de encaje y vaquero, ambos de DIOR; *y botas 'vintage', de* THE QUALITY MENDING CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

A la izda., Noor Khan lleva bodi de MICHAEL KORS COLLECTION; *y pantalón de* CALVIN KLEIN COLLECTION. *Abajo a la izda., camisa de cuero y vestido lencero, ambos de* TOM FORD.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Alex Consani, con
'total look' de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Selena Forrest lleva vestido de malla con adornos y camiseta sin mangas, ambos de PRADA; *vaqueros de* COURRÈGES; *y zapatos de* PHOEBE PHILO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Gigi Hadid lleva chaqueta y pantalón, ambos de GUCCI; *y 'bralette' de* ARAKS.

Peluquería: Jimmy Paul.
Maquillaje: Yumi Lee.
Producción: Hen's Tooth Production.
Escenografía: Javier Irigoyen.
Manicura: Jin Soon Choi.
Costurero: Francisco Chaydez.
Ilustraciones y 'collages': Collier Schorr.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

PEN ELOPE

Fotografía **SEAN & SENG.**
Estilismo **ENIOLA DARE.**
Por **ALANA S. PORTERO.**

Revistas.PeruRadio.net.pe

M

ientras esta conversación con Penélope Cruz tiene lugar, arde la sierra este de Madrid, arde Ávila, arde Toledo, arde la Vall d'Uixó y empieza a arder Castelló. Al otro lado de la pantalla, desde Los Ángeles, en pleno proceso de maquillaje y peluquería para la jornada de rodaje que tiene por delante de la próxima película de Nancy Meyers [un proyecto sin título todavía en el que la madrileña compartirá pantalla con Owen Wilson, Kieran Culkin y Jude Law, entre otros], la actriz dice estar "muy preocupada por los incendios" y "porque haya quien siga cuestionando el cambio climático y un montón de cosas que no son cuestión de opiniones, que son hechos". Penélope tiene la extraña habilidad de hacer que las personas que están a su alrededor sientan que tienen toda su atención; al mismo tiempo que contesta mis preguntas sin dejar de mirar al lugar de la pantalla en el que deben estar mis ojos, deja escapar gestos leves de complicidad con la profesional que en ese momento se está encargando del estilismo de su personaje. Ella misma retoma la conversación y la amplía a la relación que la humanidad está desarrollando con el mundo digital y con el cariz político resultante: "se mezclan hechos, opiniones, mentiras, los seres humanos no estamos preparados para asimilar tanta información, es un experimento que está saliendo mal porque es imposible que pueda salir bien, no se puede procesar. Es algo que me genera rabia y pena por las generaciones más jóvenes que se ven obligadas a crecer con eso, me entristece que no puedan compararlo con lo que tuvimos nosotras. Ni siquiera podemos darle un nombre, es algo que está por encima de la política institucional. Me parece un problema gravísimo, ¿cómo contrastar la información y dónde?".

Durante la charla volveremos a menudo a los jóvenes. "Siento debilidad por ellos, y no estoy hablando solamente de mis hijos, quiero saber qué les pasa, en qué están, qué intereses tienen y al mismo tiempo protegerles de este aluvión de información imposible de asimilar, pero nuestra generación no tiene herramientas para hacerlo, no sabemos lo que es crecer así."

Es inevitable extrapolar este escenario de nueva tiranías tecnológicas a la cultura y al arte, le comparto mi pesimismo, el miedo a lo que un contexto de emperadores de las *big-tech*, a través del flujo de datos, *reels*, *tiktoks*, inteligencia artificial generativa y conceptos como la "doble pantalla" (escribir y rodar de forma repetitiva y sobreexplicada para que los espectadores puedan seguir películas y series sin perderse mientras miran el móvil) esté haciendo con nuestras cabezas, nuestra atención y nuestra libertad. "Tengo la esperanza de que haya un movimiento de gente que diga que no, que no vamos a renunciar", responde, "que nos rebelemos contra la idea de que haya seres que nazcan sin la posibilidad de entrenarse en el contacto humano, sin la posibilidad de aburrirse, sin tiempo para estar en esa sensación de vacío donde hay un todo. Si las mentes no tienen eso, es el fin de muchas cosas, además de explicar muy bien por qué ha aumentado tanto en los últimos veinte años la ansiedad o la depresión. No

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página de apertura, Penélope Cruz luce vestido de punto de GABRIELA HEARST; *pendiente Serpenti de oro blanco con ojos en esmeralda y pavé de diamantes, de* BVLGARI; *sujetador de* LOVE STORIES; *y anillos propios. En esta página, vestido con corsé, de* ISSEY MIYAKE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta doble página,
Penélope luce vestido
de ALAÏA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

La actriz con 'trench' de piel y vinilo, de TOM FORD; *bodi de* WOLFORD; *y anillos propios.*

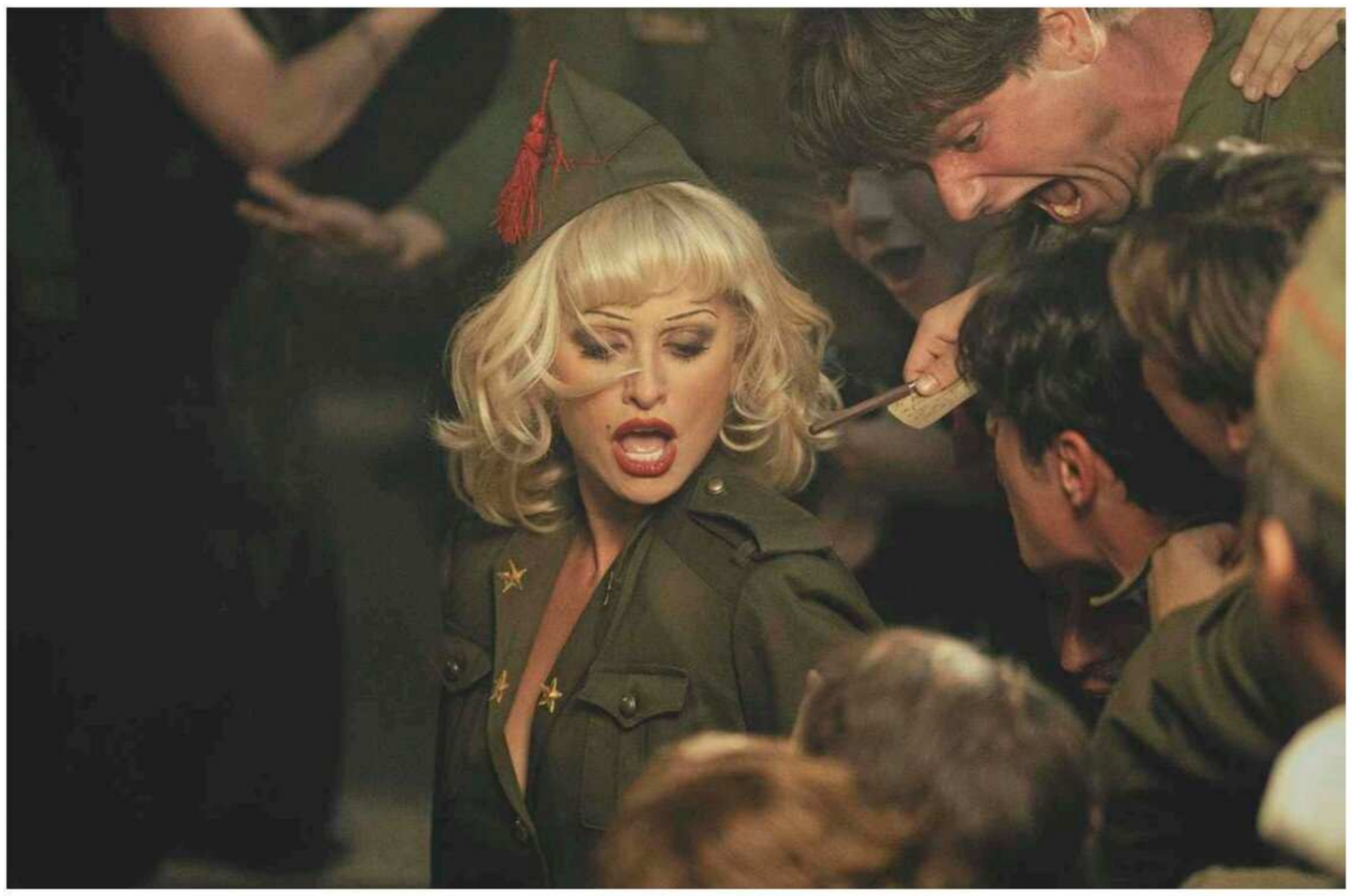
Revistas.PeruRadio.net.pe

“Las personas necesitamos un PROPÓSITO, algo que nos mueva y dé SENTIDO a nuestras vidas”.

se puede mirar para otro lado y que paguen el pato las nuevas generaciones. Tenemos que negarnos, no vale todo”. Sobre la inteligencia artificial Penélope hace la siguiente reflexión: “sus aplicaciones en medicina, en investigación, son estupendas, pero en tantas otras cosas ya es un problema que está dejando a millones de personas sin trabajo. Se habla con frivolidad del tiempo libre que supuestamente nos dejará la IA en el futuro, pero se olvida que las personas necesitamos un propósito, algo que nos mueva y dé sentido a nuestras vidas, además de lo peligroso que es ceder a esa forma total de control”, continúa, “lo que provoca una buena película, una buena novela, un cuadro, toca una tecla en nosotros con lo que lo otro no puede competir porque no tiene alma. Mi esperanza es que no somos un trozo de carne y hueso, no practico ninguna religión concreta, me he dedicado desde que era adolescente a estudiar muchas de ellas y no he sentido la necesidad de elegir una para mí, pero sí creo en dios a mi manera y que no solo somos lo que podemos aquí ver y tocar”.

Hay algo en su forma de pensar y de expresarse que invita a la esperanza, un gesto vital que no tiene nada que ver con la inocencia pero sí con una apuesta radical por la imaginación, el deseo y el tesón que requiere llevarlos a cabo, una actitud artística ante la vida que se revuelve contra las amenazas y las ideas estrechas que resulta muy contagiosa. Su personaje en *La bola negra*, la película de Javier Calvo y Javier Ambrossi aclamada y premiada en su estreno en Cannes, la cupletista Nené Romero, aparece, también, en medio de un fuego que está devorando al país entero, la guerra civil española, y lo hace como una luz que se eleva por encima del miedo y el horror a través de la música, la danza, la empatía y el humor. A las precauciones de los directores, que no se atrevían a ofrecerle el papel por si le parecía pequeño respondió con un “¿Estáis locos? Yo jamás juzgaría un personaje por cuántos minutos está en escena”. Su primera impresión al leer el guion fue pensar “no sé si saben lo que tienen

Revistas.PeruRadio.net.pe



Sobre estas líneas, Penélope Cruz como Nené Romero, el personaje que interpreta en 'La bola negra', el último proyecto de Los Javis.

entre manos, son genios" y la inmediata complicidad entre ellos hizo el resto. "El primer encuentro entre Los Javis y yo en realidad fue como un reencuentro, hablamos durante horas de las películas de Pedro, que nos ha enseñado una forma común y libre de ver el mundo, nos sabíamos frases de memoria, nos contamos la vida entera como si fuésemos amigos de siempre".

Penélope define *La bola negra* como "poderosa" y está segura de que "llega en un momento clave que va a remover mucho, tengas las ideas que tengas, va a despertar conciencias porque toca un lugar en el corazón que es universal, donde todos hablamos el mismo lenguaje. Al final todos queremos lo mismo".

¿Cómo se afronta y se prepara un personaje así, que con dos canciones y una conversación define los contornos de la libertad de todo un país y es prácticamente la encarnación de la esperanza misma?, Penélope reflexiona: "Nené responde a mi pregunta de '¿qué es el arte?'. Es eso que me daba el trabajo de Pedro, el ballet clásico o escuchar a Prokofiev sentada en el salón de mi casa cuando era adolescente, pasaba por momentos difíciles y soñaba qué quería hacer en el futuro. El arte me salvaba, me daba una guía, un camino. Creo que Nené representa eso". Respecto a la preparación, "meses de clases de canto, de baile, de montar y ensayar las coreografías. Me encanta poder cantar y bailar en una película, yo bailé dieciocho años de mi vida y cada vez que se lo puedo dar a un personaje para mí es la felicidad. Solo había cantado en *Nine* y le tengo mucho respeto, lo trabajamos mucho". Y sigue: "Los dos números son muy diferentes y ella en el escenario habla con esa chulería teatral madrileña, pero en la conversación con el personaje de Álvaro (Guitarricadelafuente) es completamente diferente, son energías muy distintas que requerían un trabajo muy intenso y eso es lo que me gusta de un personaje".

Según charlamos, la esperanza se va convirtiendo en la dinámica rectora de la conversación y no podemos evitar seguir azuzándola. Tengo la sensación de que nos hace falta a las dos la seguridad que nos hace falta a todos y a todas en estos días. Coincidimos en cómo las ficciones, el arte de otros y otras salvaron nuestras vidas de alguna manera o les dieron un sentido que las marcaron para siempre, personal y políticamente. Le pregunto si piensa alguna vez en que ahora ella es ese icono en el póster, ese ejemplo de sueño, esa *fantasía de la posibilidad* que es como Nené Romero define el travestismo y la sicalipsis en *La bola negra*. "Cuan-

Revistas.PeruRadio.net.pe

Penélope lleva vestido bordado con cuentas, lentejuelas y pedrería, de CHANEL; *y anillo Tweed Gabrielle de oro amarillo y platino, con diamantes, rubíes, zafiros amarillos y granates, de* CHANEL HIGH JEWELRY.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Vestido y zapatos de charol,
todo de CHANEL;
pendientes Tweed Cambon
de platino, oro amarillo
y blanco con diamantes,
diamantes amarillos y cristal
de roca, de CHANEL
HIGH JEWELRY;
y anillos de la actriz.

Revistas.PeruRadio.net.pe

do se me acercan chicas y chicos y me dicen algo así me emociona mucho, sé que me lo dicen de verdad, me siento muy afortunada por ser una pieza más dentro de ese grupo de personas que construyen algo más grande como son las películas, algo que puede despertar cosas tan importantes e inspiradoras". Respecto a esta forma de entender su trabajo, insiste "Nunca lo quiero ver de otra manera, soy una pieza más de esto que hacemos, ni más ni menos importante que las demás", y matiza, "Soy un vehículo que en el caso de *La bola negra* le sirve a Nené para existir, nada más, y me encanta". Nos sonreímos a través de la pantalla en silencio y me parece que sus ojos brillan un poco, puede ser efecto del *eyeliner* que acaba de ponerse ella misma o un asomo de emoción, elijo quedarme con el segundo pensamiento, estamos hablando de fantasía y esa me parece muy hermosa. Penélope interrumpe ese momento de silencio. "Tengo tanta suerte, Alana. De pequeña rezaba con todas mis fuerzas pidiendo poder dedicarme a algo que me gustase, ojalá al baile o a la interpretación. Me resulta curioso haberlo tenido tan claro siempre. Te juro que todos los días rezaba por esto". Le pregunto si sigue rezando: "No lo llamo rezar, pero sí doy gracias por poder seguir dedicándome a esto después de tantos años y seguir disfrutándolo".

En ese agradecimiento constante se vislumbra algo que tiene que ver con la clase, con esa chica de barrio que ha conquistado el mundo y, aunque sea consciente, tengo la sensación de que no acaba de creérselo del todo. En el trabajo de Penélope hay una verdad que está relacionada con el lugar del que viene, con una observación de la realidad desde la realidad misma y ser capaz de llevarla a cualquier sitio, da lo mismo que sea un musical, un melodrama social o una película de piratas. Sobre ese *privilegio de*

"Alcobendas y San Sebastián de los Reyes me han hecho SER QUIEN SOY y no dar por sentado poder dedicarme a esto".

Revistas.PeruRadio.net.pe

“Elijo poner el foco en lo bueno y ellos [los jóvenes] lo son. Vamos a hacer esa REVOLUCIÓN, no somos puñeteros ROBOTS”.

clase obrera, esa perspectiva enriquecedora que compartimos, dice “Me emociono hablando de mis barrios, Alcobendas y San Sebastián de los Reyes, me han hecho ser quien soy y no dar por sentado poder dedicarme a esto. Por ejemplo, Nancy Meyers no entiende por qué le doy tanto las gracias, ella me las da a mí por haberle sido fiel, esta película que estamos rodando es muy grande, estuvo a punto de caerse y yo la esperé, a mí me desconcierta ese agradecimiento suyo; en mi barrio, de los valores de mis padres, en lo que he visto, aprendí que hay una ética del trabajo, una forma de hacer las cosas”.

Precisamente sobre el posible divorcio entre una parte de la sociedad, al menos en España, y el mundo del cine, surgido en mi opinión a través de una manipulación política clasista y malintencionada que ya dura décadas, le planteo si Nené Romero, como artista itinerante, como personaje que representa a los cómicos que iban de pueblo en pueblo animando a la gente, puede ser un modo de hacer las paces y que se entienda mejor la profesión de actriz. “Yo no quiero generalizar con esto. Está pasando que hay mucha gente joven que está volviendo a las salas a ver películas de tres horas, que necesitan ese estímulo y no va a dejar que el ritual de ver una película en el cine muera. Lo veo en España y en Estados Unidos y me da muchísima esperanza. En el último año, sobre todo, siento las cosas diferentes. En un mundo, como hablábamos al principio, que se les echa encima, no les dejamos expresarse realmente, tener su voz, solo les echamos la culpa de un montón de comportamientos. Yo soy optimista, aunque al mismo tiempo esté preocupada y asustada por todo, pero elijo poner el foco en lo bueno y ellos lo son. Vamos a hacer esa revolución, no somos puñeteros robots”.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Collar de oro blanco con diamantes, de CARTIER.

Maquillaje y peluquería: Pablo Iglesias (NS Management) para Chanel. Manicura: Lucero Hurtado. 'Set design': Belén Vallejo. Sastre: Nicolas Maire. Ayudante de fotografía: Tom Hill. Ayudantes de estilismo: Emmanouela Megkistou y Paloma Gutiérrez. Producción: ALANA.

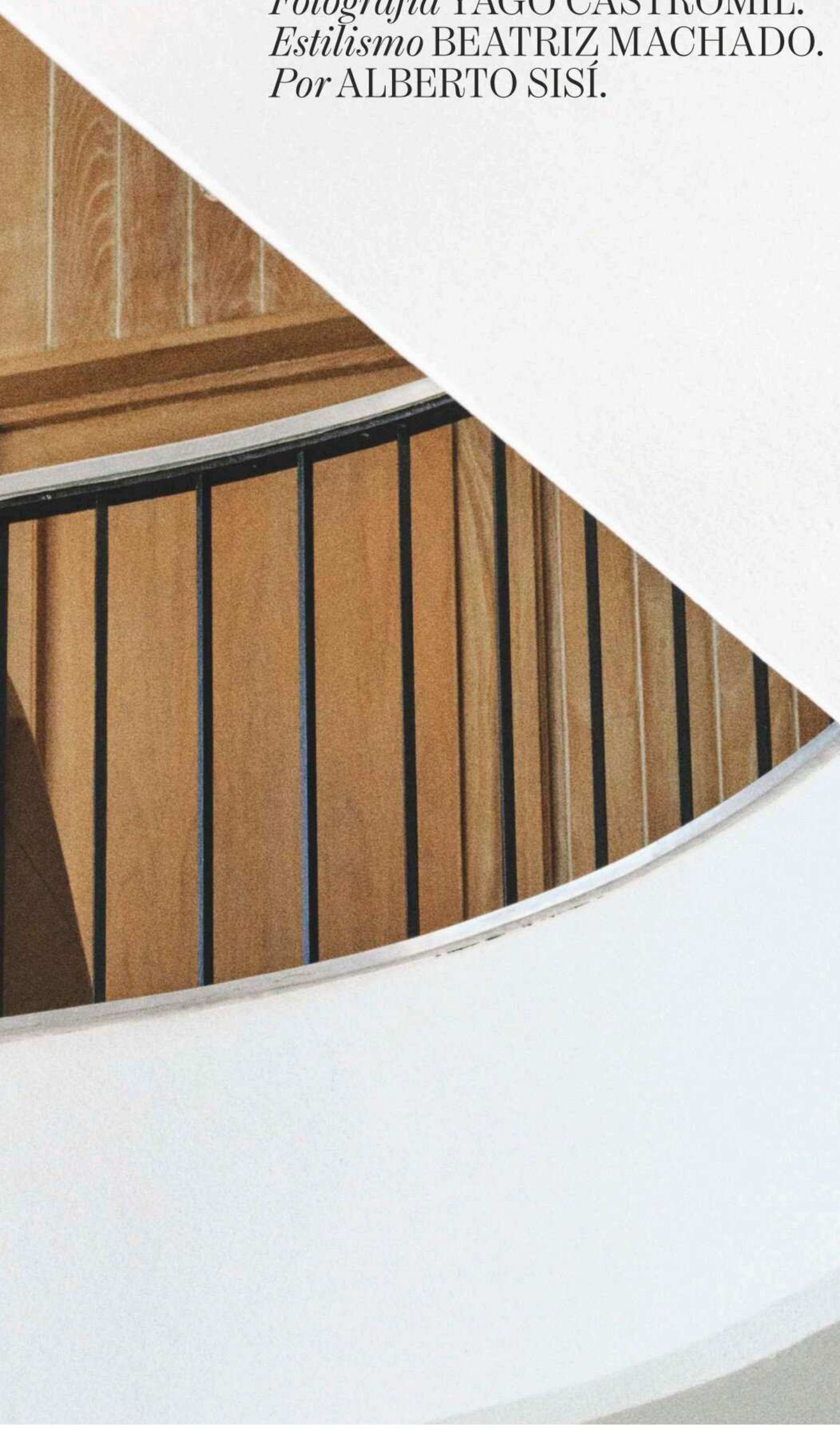
Revistas.PeruRadio.net.pe

De izda. a dcha. Javier Ambrossi y Javier Calvo, ambos con 'total looks' de PRADA.

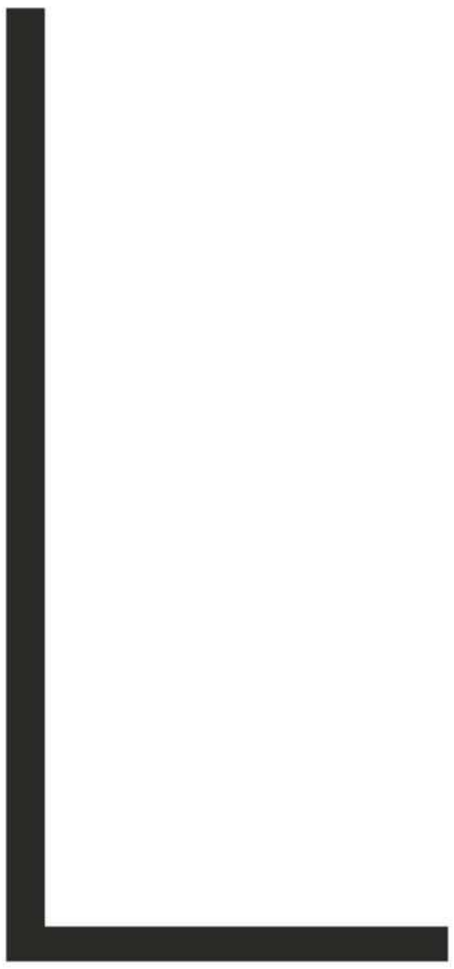
Revistas.PeruRadio.net.pe

LA BOLA NEGRA

Premiados en el último Festival de Cannes, JAVIER CALVO *y* JAVIER AMBROSSI *estrenan* 'LA BOLA NEGRA', *un enorme y ambicioso segundo largometraje que ahonda en las existencias 'queer' a través de un escrito inacabado de Lorca.* *Fotografía* YAGO CASTROMIL. *Estilismo* BEATRIZ MACHADO. *Por* ALBERTO SISÍ.



Revistas.PeruRadio.net.pe



os escritorios de Javier Ambrossi (Madrid, 1984) y Javier Calvo (Murcia, 1991), Los Javis, se sitúan enfrentados dentro de la oficina de Suma Content, su productora, en el centro de Madrid. Trabajan cara a cara desde hace años, se consultan y funcionan casi como una unidad de la que han salido proyectos como la película *La llamada;* las series *Paquita Salas*, *Veneno* y *La mesías* o un segundo largometraje, *La bola negra*, que se estrenó el pasado mes de mayo en Cannes y los hizo merecedores del premio a Mejor dirección, *ex aequo* con *Fatherland*, lo último de Pawel Pawlikowski. Viajaron al certamen como parte de la Sección Oficial, compitieron por la Palma de Oro y volvieron a esta misma oficina con uno de los premios más importantes del palmarés. "Pienso en Cannes y me da felicidad", comparte rotundo Javier Ambrossi. "Se me hacía difícil creer en llegar, pero en Le Pacte [productora francesa que es parte de la película] nos dijeron que íbamos a estar y a ganar. No lo podía creer. La segunda película que hago en mi vida en todo caso me la imaginaba en *A Certain Regard* o en *Cannes Premiere* [secciones paralelas]", admite todavía emocionado.

Aquella noche del 23 de mayo sirvió como un primer reconocimiento al trabajo mastodóntico que ha ocupado a Javier Calvo y Javier Ambrossi durante más de dos años y llega a cines el 25 de septiembre. Contaron esta idea durante una presentación de películas originales de Movistar Plus+ que tuvo lugar durante el arranque de 2025, anunciaron su reparto en el Festival de Cannes de aquel año y se lanzaron a rodar a finales del mes de agosto. Y de ahí al que puede que sea el certamen de cine más importante del mundo. "Llegamos con el tiempo justo", reconoce Ambrossi. "A mí en un momento dado me dijeron 'Javi, para'", admite Calvo antes de que Ambrossi apunte: "Hubiéramos seguido un mes más. Confíamos, apretamos, nos quedamos sin dormir y sin *findes*. Alberto Gutiérrez [montador de todos sus proyectos desde *Paquita Salas*] no ha descansado en dos meses. Presentamos en el último minuto y pasamos luego un agobio importante esperando esa llamada".

La llamada llegó. Una conversación telefónica que servía de espaldarazo al esfuerzo titánico que ha supuesto *La bola negra*, película con hechuras de superproducción que entrelaza tres historias en diferentes líneas temporales sobre la realidad de ser un hombre gay en España en distintos momentos de los siglos XX y XXI. Un largometraje que nace, además, de una obra teatral mucho más breve. *La piedra oscura*, de Alberto Conejero, Premio Nacional de Literatura Dramática en 2019, que encendió una bombilla en la cabeza de Calvo. "Abrí el libro en el avión a Lille, estábamos viajando al festival Séries Mania con *La mesías*, leí la primera página y me embargó una emoción muy grande", rememora. "De verdad, me puse a llorar. Hay algo que me vibra mucho en el primer monólogo que habla del bombardeo. Lo vi claramente y le dije a Javi 'creo que tenemos que hacer esto'". Ambrossi estuvo de acuerdo inmediatamente: "El libro nos iluminó con cierta facilidad. Vimos por donde había que llevarlo, los derechos estaban disponibles y Alberto se involucró al máximo. Fue muy natural que creciera. Es una *peli* muy difícil, pero ha ido encontrando su camino de manera natural".

Aquella historia de Conejero es la que se adapta en una de las tramas de *La bola negra*, la de un soldado y un herido del bando republicano, Sebastián y Rafael, que se encuentran en una cama de hospital de detenidos del lado nacional del que probablemente uno de ellos no salga con vida. El filme hila finísimo hacia *La bola negra*, una novela inacabada de Federico García Lorca con un protagonista homosexual, a través de una historia contemporánea de un

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta página, de izda., a dcha., Ambrossi, con jersey de DRIES VAN NOTEN; *pantalón vaquero, de* LEVI'S; *y zapatillas de* ADIDAS. *Calvo, con camisa, pantalón y zapatos, todo de* TOM FORD.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Ambrossi con camisa, pantalón y zapatos, todo de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

"EN EL FONDO, 'LA BOLA NEGRA' ES UNA HISTORIA DE AMOR, DE DESEO, QUE VA A GUSTAR A TODO EL MUNDO. ES MUY VITALISTA", EXPLICA JAVIER AMBROSSI.

estudioso del escritor granadino, Alberto, y otra ambientada en la Segunda República sobre un joven rechazado como socio del casino de Granada, Carlos.

Pero no, al contrario de mucho de lo que se dijo tras Cannes, esto no es un *biopic* de Lorca. "Me gusta que la gente se imagine una cosa y luego se encuentre con otra. Creo que es bueno ir sin saber del todo qué vas a ver. No quiero manipular yo a nadie", explica Calvo. "En Cannes, Lorca era un símbolo para hacer la película comprensible para un público internacional. En el fondo esta es una historia de amor, de deseo y que va a gustar a todo el mundo. Es muy vitalista y anima a vivir la vida tuya, no la que te dicen. Un día se acaba. Eso es lo que más me interesa", apunta Ambrossi, y añade: "La existencia de Lorca representa la de mucha otra gente que no ha podido terminar sus vidas. Es lo que a mí me emociona: cogemos una obra que no se finaliza porque él fue asesinado, no pudo acabar su vida ni creativa ni amorosa ni a ningún nivel, y eso es lo que me toca con *La bola negra*. Algo tan sumamente humano con lo que la gente creo que se va a sorprender".

Guitarricadelafuente, Carlos González, Miguel Bernardeau y Milo Quifes son los protagonistas de esta película en la que Lola Dueñas, Glenn Close y Penélope Cruz también tienen papeles clave. La de Alcobendas los abordó a través de su representante tras anunciar el proyecto: "Nos contacta y nos pregunta en qué estado está la película para que le escribiéramos algo. Le había sonado muy bien, quería hablar, pero primero saber si había algún papel para ella. Estábamos empezando, en pleno proceso creativo y pensando ya directamente en ella", rememora Ambrossi. "Encajar a Glenn costó mucho. Escribimos primero el papel para un hombre y creo que tomamos una buena decisión al cambiarlo a mujer. Podría ser un personaje francés, británico o americano, pero nunca imaginamos que ella iba a decir sí. Aceptó de muy buena gana", explica Calvo.

"Mira, el 5 de abril de 2024 recibimos un *e-mail* con el asunto 'Glenn Close para Los Javis'. Dentro hay un documento en el que nos cuenta que está conmovida por lo que ha visto en *La mesías*", apunta Ambrossi en otro momento de la conversación. "Es una carta en la que nos cuenta que le gustaría hacer algo con nosotros. Estuvimos con ella tomando algo en su casa. Surgió esta oportunidad, consiguió cuadrar su agenda y nos dijo que sí".

Es esta la primera vez ante la cámara para Guitarricadelafuente, *alter ego* artístico de Álvaro Lafuente. "Estaba muy claro desde el principio porque la escribimos para él", concede Ambrossi. "Solo me podía sentar si había un Sebastián. Es el personaje que hace que te creas todo. Tuvimos claro que iba a ser él, se lo contamos y aceptó sin guion. A partir de ahí todo se fue construyendo para sostener su personaje. Necesitábamos a alguien muy actor, con tablas y estructura, como Miguel. Les juntamos, leyeron una escena y fue mágico".

El cantante cuenta a *Vogue* España cómo ha sido esta primera experiencia: "Lo he abordado con mucho respeto", explica. "Ha sido un regalo. Sentir que habían escrito a Sebastián pensando en mí era una responsabilidad enorme. No lo entendía, no había actuado nunca. Creo que tienen una forma única de dirigir. Saben embellecer la cotidianeidad; los gestos personales de cada uno que

Revistas.PeruRadio.net.pe

Arriba y abajo, Calvo con jersey de HERMÈS.

hacen cada emoción más honesta", apunta. "Ha sido muy inspirador trabajar con ellos. Ver cómo dirigen desde sus propias experiencias y cómo cada uno de ellos, con su propia visión, matizan y te hacen entrar en una dimensión muy compleja. Adentrarse ahí se hace más fácil gracias a la plena confianza que he sentido por su parte".

La apuesta por caras nuevas en una producción como *La bola negra* no coge por sorpresa a nadie familiarizado con el trabajo de Los Javis. "Lo hemos hecho siempre", reconoce Calvo. "Pasó en *Veneno,* pero también en *La mesías*, una serie gracias a la que Amaia estuvo nominada al Feroz a Mejor actriz de reparto. O, sin ir más lejos, con todas las niñas de aquella serie", continúa. "No es mucho más fácil [trabajar con actores naturales], pero es sencillo de otro modo. Los actores con técnica, como pueden ser Lola [Dueñas], [Carmen] Machi o Penélope [Cruz], juegan con otra cosa. Pero es interesante cuando no lo hay y se da algo más salvaje que puedes encontrar. Los actores *amateur* vuelan mucho. Les entra la emoción, abren y se lo creen".

Un desconocido Carlos González apareció en pantalla por primera vez en *Veneno* y repitió en otras producciones de Suma Content como *Cardo* o *Mariliendre*. Es parte de la familia y ahora el actor ocupa uno de los papeles protagonistas en *La bola negra*, el de Alberto, el doctorando cuya historia se cuenta en la línea temporal más cercana a la actualidad. "Ha sido un viaje muy humano. Desde el primer día, crearon una atmósfera de absoluta confianza, donde sentías que podías arriesgar, equivocarte y explorar sin miedo. Como actor, eso es un regalo inmenso", comparte a esta cabecera. "Durante estos meses han pasado muchísimas cosas, tanto dentro como fuera del rodaje, y siento que *La bola negra* ha estado ahí acompañándome en cada etapa. He vivido la emoción del Festival de Cannes, instantes de mucha incertidumbre, otros de una felicidad inmensa, y creo que todo eso también ha ido quedando, de alguna manera, dentro de mí y de mi forma de mirar esta película", admite. "En un momento en el que parece que algunos derechos y libertades vuelven a ponerse en cuestión, me emociona pensar que esta historia pueda abrir conversaciones y recordar que el amor, la identidad y la memoria nunca deberían ser motivo de miedo".

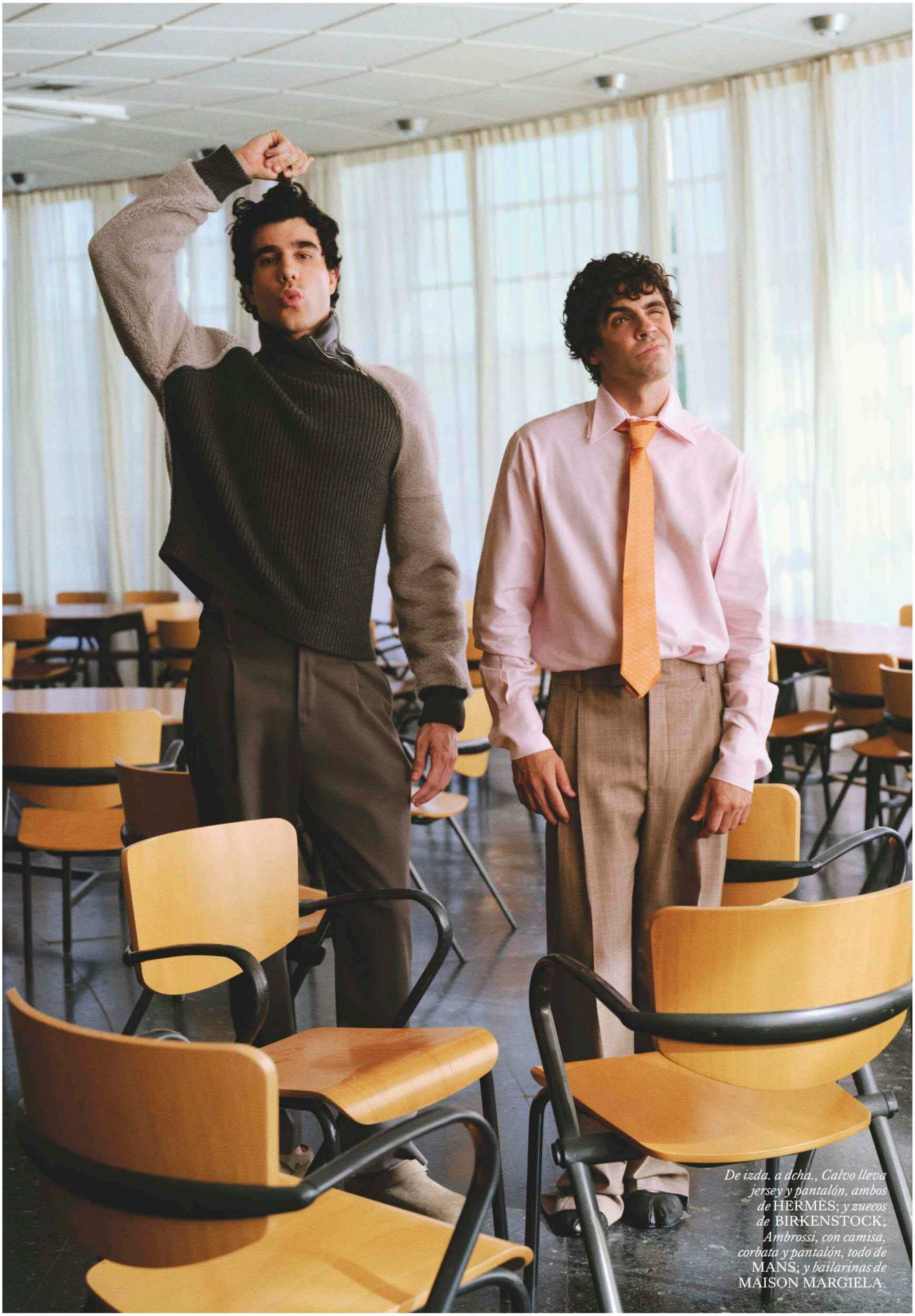
Y

de aquel pase en el Grand Théâtre Lumière a aparecer en las primeras quinielas para los Oscar de 2027. El influyente Kyle Buchanan, periodista de *The New York Times*, los colocó ya en mayo como serios contendientes a los grandes premios del cine internacional. "Falta medio año y muchísimas *pelis* americanas que todavía no se han visto. Lo veo desde la distancia, pero sí me sorprende verme de repente en la *web* de *Awards Daily*, una página que miro desde que era adolescente. De momento estamos como mejores directores Nolan y nosotros. Cuando me dicen eso doy un paso atrás", reconoce Ambrossi. "Yo lo disfruto. Digo 'anda, qué divertido'. Hay un montón de *influencers* de cine que no conocía que hablan de *La bola negra*. Algunos nos llegan a colocar en segunda posición de Mejor película, es muy fuerte", admite Calvo, antes de que Ambrossi puntualice: "Viendo la reacción del público en los pases de académicos o de amigos no me parece descabellado que pase. Ojalá. Si pasa, *p'alante*". Desde sus primeros proyectos, ambos se han involucrado

Revistas.PeruRadio.net.pe

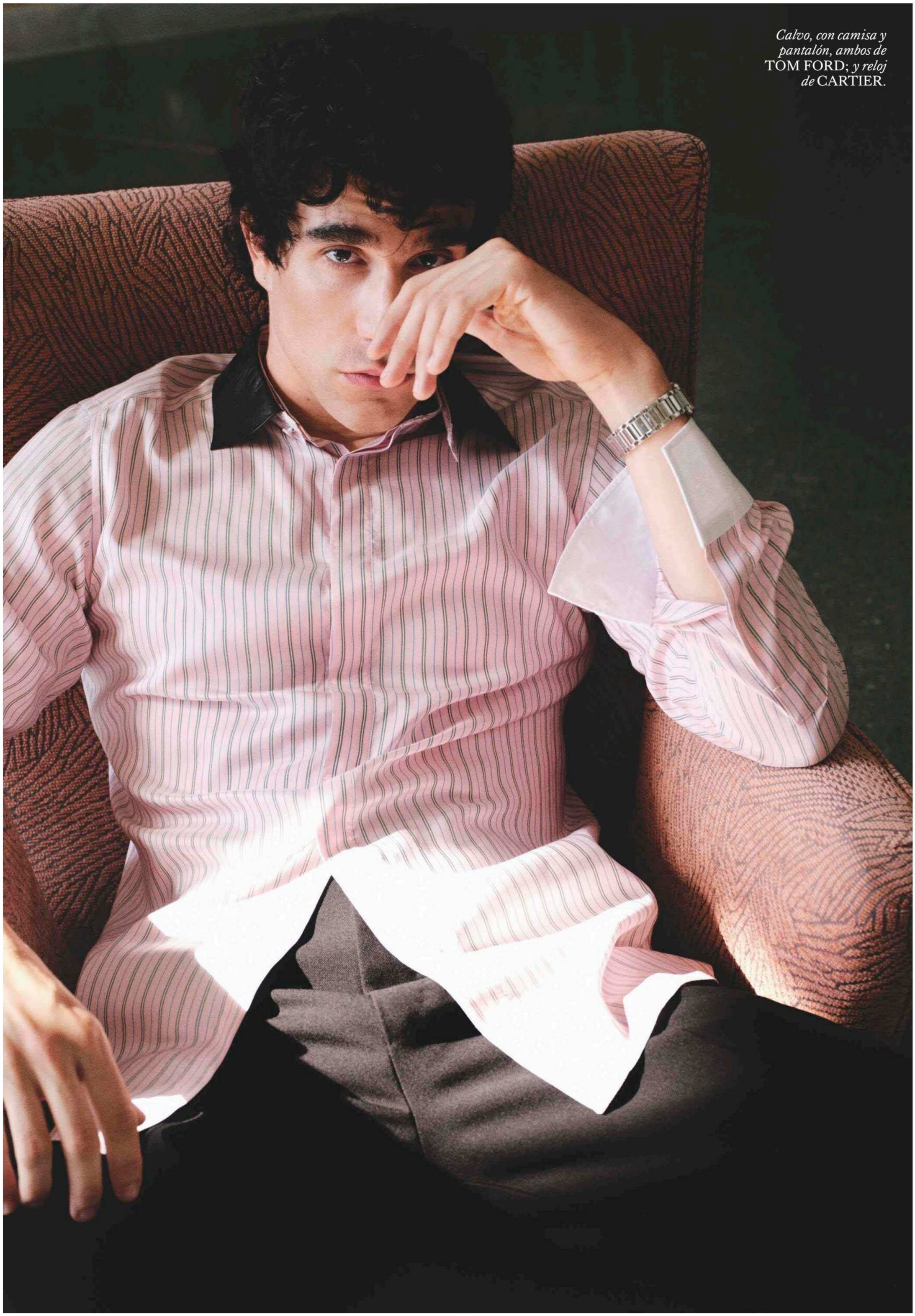
Ambrossi con chaqueta y pantalón, ambos de LOEWE.

Revistas.PeruRadio.net.pe



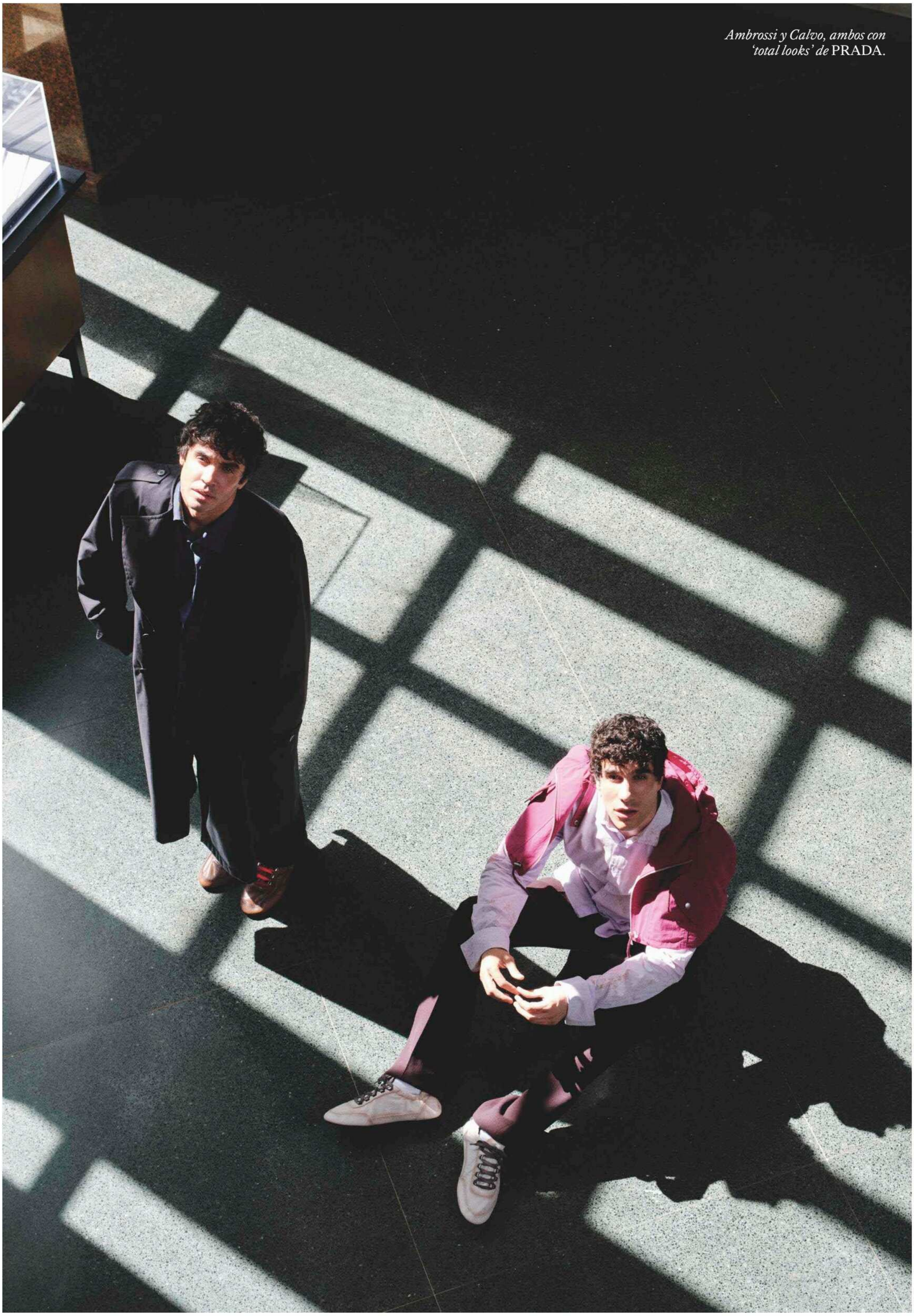
De izda. a dcha., Calvo lleva jersey y pantalón, ambos de HERMÈS; *y zuecos de* BIRKENSTOCK; *Ambrossi, con camisa, corbata y pantalón, todo de* MANS; *y bailarinas de* MAISON MARGIELA.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Calvo, con camisa y pantalón, ambos de TOM FORD; *y reloj de* CARTIER.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Ambrossi y Calvo, ambos con 'total looks' de PRADA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

“CADA VEZ ME LLEVO MEJOR CON [EL TÉRMINO] LOS JAVIS. AHORA SOMOS MÁS INDEPENDIENTES Y FUNCIONA COMO PUNTO DE UNIÓN”, ADMITE JAVIER CALVO.

activamente en mejorar la vida profesional de las personas pertenecientes al colectivo LGTBIQ+. Ya con *Veneno* se aliaron con Yes We Trans, una asociación que aboga por la inserción laboral de las personas trans. “Quisimos darle un propósito a lo que hacíamos. Si le das oportunidades a la gente, te sorprenden”, reconoce Calvo. Y en *La bola negra* han construido también un alegato en favor de las personas mayores *queer*, una parte del colectivo a la que llevan apoyando desde hace años a través de un compromiso con la Fundación 26 de diciembre. “Vivimos gracias a derechos conquistados por esas generaciones y es algo que se nos olvida”, admite el director.

En los casi quince años que llevan trabajando como pareja creativa, han construido un universo propio poblado de personas afines que se han convertido prácticamente en familia. Trabajan con ellos y festejan con ellos. “Ha sido natural porque siempre hemos hecho todo de una manera muy familiar. Recuerdo otra vez que mi madre hacía paellas para los ensayos de *La llamada* porque no había más. Mis padres montaban y desmontaban los decorados en el teatro Lara porque teníamos que entrar media hora después de la función principal”, rememora Calvo. “Cuanto más creces, más tienes que lidiar entre la profesionalidad y la familia. Vas dando pasos y entendiendo cómo se coloca todo, pero creo que es lo que nos ha llevado hasta aquí: la confianza absoluta con toda la gente con la que trabajamos. Nos conocemos perfectamente y me pueden decir ‘mira, Javi, esto no’. Hacemos visionados con todos para saber si gusta, emociona o se entiende. Esa confianza es clave”.

Ambrossi apunta en la misma dirección: “Al menos yo siento que me he lanzado a dirigir películas, obras de teatro o series antes de tener herramientas y por ello me he basado mucho en el amor de la gente que me rodeaba para poder crecer. En el teatro empezamos con mi hermana y amigas, gente cercana que te permitía crear un espacio para experimentar”, afirma. “Nos hemos acostumbrado a esa cercanía en el trabajo que luego ha permeado en la vida personal. Pero, como dice Javi, a veces también tienes que saber que hay piezas que no funcionan, aunque sea gente a la que amas. También hay que saber decir ‘hasta aquí’. Duele. Suele ser muy duro para esa persona y para ti, pero te das cuenta de que necesitas crecer y cambiar”.

La llegada a Cannes funcionó como un momento de reunión de prácticamente todos los apoyos de Los Javis durante la última década, una fiesta española que queda para el recuerdo en innumerables clips de vídeos y fotografías. O en la memoria de personas como Ana Rujas, amiga íntima de ambos, actriz y directora de varios proyectos vinculados a Suma Content, quien estuvo allí: “Son mágicos, no me cansaré de repetirlo. Hacen que las personas de su equipo vivan el proyecto como algo que va a trascender en sus vidas. Es irremediable que su manera de hacer salte al espectador. No hay miedo y si lo hay van con ello. No hay conformismo; hay entrega y búsqueda”, razona. “Todo eso hizo que me cayeran sin parar las lágrimas cuando estaba en Cannes viendo como esas personas tan importantes en mi carrera estaban recogiendo un premio. Y no solo el premio, la sala del Festival de Cannes estallaba en aplausos, llantos y gritos. Se me salía el orgullo, la admiración y el amor por todos lados”.

Revistas.PeruRadio.net.pe

"AHORA SUMA VA A DAR UN PELOTAZO 'HEAVY'. ME DA VÉRTIGO, SÍ. NO PUEDO PROTEGER TODOS LOS PROYECTOS COMO ANTES", RECONOCE AMBROSSI.

Además de brillar en el plano profesional, Los Javis también han tenido que bregar con el estatus de celebridades, algo que se intensificó tras el anuncio de su separación en noviembre de 2025 tras una relación sentimental de 13 años. "No soy consciente del nivel de fama", responden prácticamente al unísono. "Es difícil, pero quisiera ser solo un director de cine, aunque a la vez la popularidad es una herramienta muy buena. Quisiera ser eso, sí, no una celebridad", explica Calvo con honestidad. "Cuanto más creces en popularidad, más necesitas una parcela de intimidad para estar ahí tranquilito. Si eres joven quizá todo es más divertido, pero ahora no quieres estar pensando si sales guapo o feo en un *photocall*, si puedes hacer lo que te dé la gana por la calle o no, y eso son cosas que van pesando", apunta. "Lo que yo sea que se quede para mí. Para escribir y ser artista necesitas un poco de silencio para poder reflexionar y esa tranquilidad cuesta sostenerla cuando hay mucho ruido y pasan muchas cosas".

El gran público los conoció como dupla ya con aquella seminal *Paquita Salas*, pero desde entonces han sido profesores en una de las ediciones más mediáticas de *Operación Triunfo,* la de 2017, o jurado en *Drag Race España*. "Sabía lo que hacía entrando en *OT* o en otros programas. Sé lo que hago. No me hace sentir mal. Pero a medida que crecemos, me gustaría no tener que preocuparme tanto por caer bien, explicar bien la película, venderla yo... Me gustaría también que el trabajo hablara por nosotros", reconoce Ambrossi con solemnidad. "A mí no me molesta la fama. La gente es hiperamable y no creo que tengamos una popularidad de esa en la que te persiguen los *paparazzi*. Con la separación puede que cuatro o cinco veces, pero nada más".

"No me importa, de verdad que no. Sí lo hace el sentirme autoconsciente de mi físico, reconozco que eso sí ha podido dañarme un poco", insiste Ambrossi. "Podemos estar comiendo aquí porque yo ahora me voy a la psicóloga a contarle todo esto", apunta Calvo. "A mí me ha ayudado mucho la terapia. Él va a la suya y yo a la mía. A veces se olvida que somos personas y no objetos. Me quité las redes sociales porque me hacían mucho daño y a lo mejor mi comentario es más luminoso porque yo no veo nada. Si me metiera quizá estaría diciendo que menuda puta mierda ser famoso", comparte Ambrossi antes de que Calvo añada: "Es complejo porque como artista no te puedes aislar, pero la exposición te hace querer protegerte. Mucha gente ha terminado aislándose y teniendo poco contacto con el exterior. Eso es contraproducente".

Fue en 2021 cuando ambos fundaron Suma Content, su actual productora, pero ya en 2016 dieron luz verde a Suma Latina, la empresa con la que impulsaron sus primeros proyectos. Una de las productoras más importantes a nivel nacional, hace apenas unos meses anunciaba el fichaje de Jorge Pezzi como CEO y Cristina Ramos como directora ejecutiva de contenidos, ambos altos directivos en el pasado de Movistar Plus+. Un salto de gigante que lo cambia todo, ¿da vértigo? "A mí sí", reconoce con total honestidad Ambrossi. "A mí no. Jorge y Cristina son maravillosos y unos profesionales supertop. Ahora estoy dispuesto a ocuparme de lo mío, que bastante plancha hay", admite Calvo. "Sí me da vértigo porque estoy acostumbrado a meterme hasta el fondo en todo. Si hay un problema con un suelo, a alguien le pasa algo, llega tarde o se ha enfadado. Estoy acostumbrado porque supongo que soy muy controlador. Soltar me da miedo", ahonda Ambrossi. "Pienso que si no lo hago yo, nadie lo va a hacer, aunque sea algo superegocéntrico. Ahora Suma va a dar un pelotazo *heavy*, vienen más proyectos que nunca. Me da vértigo, sí. No puedo proteger todos los trabajos a este volumen como antes".

Entre esos proyectos, su primera coproducción internacional como productores externos, la adaptación a la pantalla de la novela *Las Malas* de Camila Sosa Villada, la serie *Las vecinas* o un tercer largometraje que no tardará tanto en llegar como *La bola negra*. "Me apetece hacer muchas *pelis* y siento que tengo mucha posibilidad de mejorar. Me excita pensar en la siguiente, me mueve mucho. Ahora mismo eso no me lo da una serie", razona Ambrossi. "Mira qué prácticas son las películas a la hora de viajar. No tienes que tener a la gente seis horas viendo algo como pasó con *La mesías*; las tienes el tiempo que dura, que en este caso son dos horas y cuarenta, que no es tanto", reconoce Calvo.

Tras todo este tiempo en el centro de la creación artística, Calvo y Ambrossi han encontrado con *La bola negra* y su separación el momento perfecto para recuperar sus propias identidades individuales. Los Javis, como término, no desaparece, pero sí se resignifica. "Cada vez me llevo mejor con Los Javis. Ahora, mejor. Somos más independientes y funciona como punto de unión", explica Calvo. "Antes estaba todo más mezclado. Cuando estamos juntos, en este momento, por un rato eres Los Javis. Ahora que cada uno tiene su espacio, recuperas tu propia persona y el amar más al otro. A Javi lo quiero mucho más ahora que hace dos años. Le valoro y le quiero de verdad", concluye Ambrossi.

Revistas.PeruRadio.net.pe

De izda., a dcha., Ambrossi, con camisa y pantalón, ambos de CELINE; *y Calvo, con camisa y pantalón, ambos de* ISABEL MARANT.

Maquillaje y peluquería: Miky Vallés (Another Agency). Ayudante de fotografía: Marcos Jiménez. Ayudante de estilismo: Paloma Gutiérrez. Ayudante de producción: Marta Díaz.

Revistas.PeruRadio.net.pe

"Somos muy exigentes", destaca de su familia Marta Ortega Pérez, aquí con 'total look' de ZARA *en los jardines de su casa en A Coruña.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

LAZOS DE FAMILIA

A sus 42 años, MARTA ORTEGA PÉREZ *lidera Zara y su matriz, Inditex –el mayor gigante textil del planeta–, con la mirada puesta en las* RELACIONES HUMANAS, *una imagen sólida y una infraestructura fascinante. Fotografía* ANNIE LEIBOVITZ. *Estilismo* KARL TEMPLER. *Por* GABY WOOD.

Revistas.PeruRadio.net.pe

E

n un polígono industrial de Arteixo, en el rincón más noroccidental de España, entre canteras de granito y almacenes de aluminio, se alza una auténtica ciudad de cristal. El complejo de Inditex, el grupo matriz de Zara, alberga oficinas, fábricas, platós de fotografía, departamentos de diseño, talleres, un centro logístico y *showrooms* con cuidados escaparates: un entramado diseñado con el único fin de materializar cualquier deseo a la velocidad de la luz. En una de las plantas superiores, el equipo digital orquesta al menos dos sesiones fotográficas al mismo tiempo, listo para lanzar novedades dos veces por semana. Cruzando una pasarela elevada, un centenar de costureras trabajan ante hileras de máquinas de coser en una sala que bien podría rivalizar en tamaño con un pequeño aeropuerto. Entre tanto, en la tercera planta de un nuevo edificio dedicado por completo a las operaciones comerciales de Zara, una pantalla descomunal conectada a las cajas registradoras de 1.495 tiendas de todo el mundo muestra en tiempo real qué se vende –y qué no– para que los diseñadores de la casa puedan reaccionar de inmediato. Y mientras toda esta información minuciosa llega a manos de quienes deciden cómo dar al cliente exactamente lo que busca, una pequeña manada de robots corta el césped de la pradera junto a un bosque todavía joven. Hay, por supuesto, comedores, bicicletas y patinetes eléctricos; aunque si eres la máxima responsable de 163.000 empleados y necesitas desplazarte a toda prisa a otro edificio, a veces resulta mucho más práctico coger el coche.

Marta Ortega Pérez, de 42 años, presidenta no ejecutiva del consejo de administración de Inditex e hija menor de su fundador, lidera este complejo futurista con mano democrática. Afable en el trato y sobria en su vestimenta, de melena rubia capeada, Marta me saluda con calidez y me guía desde el aparcamiento subterráneo a través del luminoso interiorismo. Conoce a todo el mundo: muchos empleados de Inditex son familiares suyos y a otros los trata desde hace décadas. Buena parte reside en A Coruña, la ciudad portuaria vecina donde hunden sus raíces los orígenes de Zara. "Es que no puedo evitar verte como una presidenta de cinco años", le dice con cariño y orgullo Loreto García Falque, amiga de toda la vida de la madre de Marta, cuando nos la cruzamos durante el recorrido.

De cara al exterior, los Ortega son una familia hermética. Su padre, Amancio, que acaba de cumplir 90 años, casi nunca concede entrevistas, y Marta lo hace de forma excepcional. Sin embargo, para la plantilla, ambos están muy presentes en el día a día. "Es una organización muy plana", me explica Marta mientras me guía más allá de su mesa, ubicada en mitad de un taller diáfano, hasta recalar cerca de la de su padre, quien famosamente dejó la escuela a los 13 años para trabajar como repartidor en una camisería antes de abrir la primera tienda de Zara en 1975. "No tenemos muchos cargos. Somos una empresa enorme, pero desde dentro no se siente así. Al final formamos una gran familia y creo que ahí radica la magia". Bajo la batuta de Marta, Zara ha elevado su estatus a base de asociaciones estratégicas sin apartarse jamás de su premisa fundacional: que "las cosas bonitas y bien diseñadas no deberían estar reservadas solo a unos pocos. La clase social –añade– no tiene nada que ver con el estilo". Ha sellado alianzas con creativos y referentes culturales de la talla de Steven Meisel, Vincent Van Duysen, Marisa Berenson, Luca Guadagnino, John Galliano o Bad Bunny, transformando Zara de "una tienda más –en palabras de su amigo Pieter Mulier, director creativo de Versace– en una marca que no solo ha crecido en facturación, sino que ha multiplicado su impacto en la cultura, la estética y el mundo de la moda". Los números hablan por sí solos: Inditex es el mayor grupo de *retail* del mundo y posee marcas como Massimo Dutti o Bershka, si bien las distintas ramificaciones de Zara y Zara Home representan casi tres cuartas partes de sus ingresos. Marta lleva casi 20 años en la empresa y cuatro al frente del consejo. El año pasado, el beneficio neto de Inditex alcanzó los 6.200 millones de euros, un 91,8 % más que en el último ejercicio bajo la dirección anterior. Además, aventajan a sus competidores en materia de sostenibilidad: según François Souchet, fundador de la consultora de impacto climático Swanstant, "Inditex ha logrado registrar el margen operativo más alto de la industria junto con la intensidad de emisiones más baja".

Más allá de la figura de la propia Marta, hay varios atractivos recurrentes en boca de quienes colaboran con Zara. En primer lugar, parece que la familiaridad se contagia. "Hay algo en el buen ambiente de esta empresa que te atrapa", apunta el fotógrafo David Sims, que lleva 15 años colaborando con la marca. "Se trabaja de forma muy relajada y te lo pasas muy bien". En segundo lugar, un respaldo incondicional a los perfiles creativos, libres de expresarse. Como señala Linda Evangelista, buena amiga de Marta, "eso es lo que más me fascina de ella: siempre deja que el artista brille. Contrata a las personas por lo que son y su admiración es auténtica". Y, por último –pero no menos importante–, prácticamente cualquier figura de la moda que visita la sede de Inditex en Arteixo se queda perpleja ante su engranaje.

Cuando el equipo de Zara se reunió con Bad Bunny para perfilar una colaboración en varias etapas, Marta cuenta que enseguida sintieron que compartían el mismo lenguaje y el mismo aprecio por la familia. Pero fue la innovadora infraestructura de la compañía lo que les permitió asumir un reto tan monumental como es el espectáculo del descanso de la Super Bowl. Como recuerda Carlos Torretta Echevarría, marido de Marta y responsable de comunicación de Zara, que estuvo presente en las conversaciones: ¿quién más habría sido capaz de confeccionar el vestuario para 700 bailarines en solo dos semanas?

John Galliano, cuya primera colección para Zara verá la luz en las tiendas a finales de septiembre, pisó Arteixo por primera vez cuando Marta lo invitó a impartir una charla al personal de Inditex. "Me quedé alucinado", confiesa. "Me pareció un despliegue digno de una película de James Bond, la verdad, la cantidad de producto que mueven por todo el planeta. Fue como: '¡Guau, he trabajado en *prêt-à-porter*, cariño, pero esto es increíble!'".

En una sala privada de la sede –a estas alturas ya ni sé en qué edificio nos encontramos–, nos sirven el almuerzo con una dis-

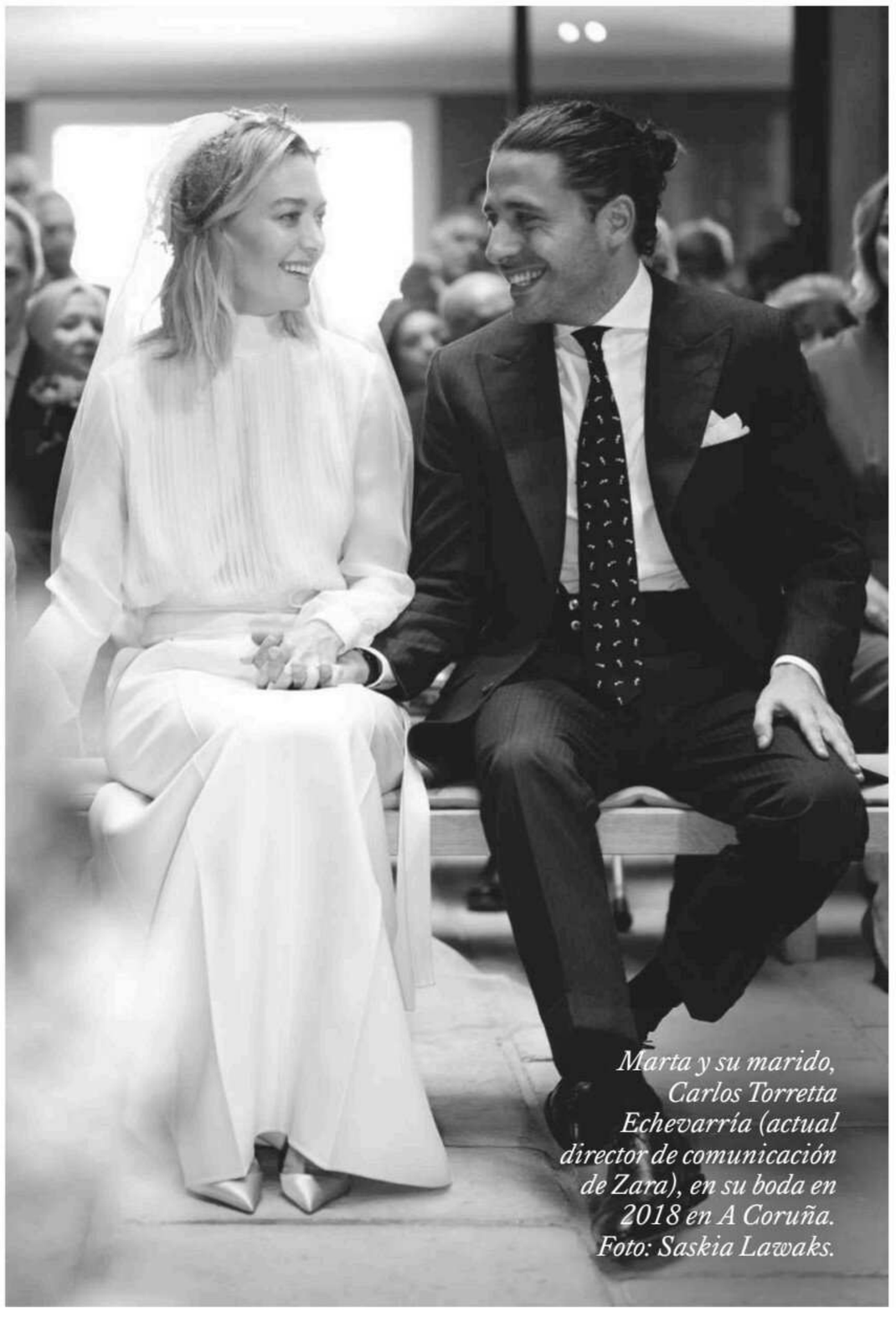
Revistas.PeruRadio.net.pe

creción impecable: primer plato de ensalada, solomillo y postre de chocolate con forma de vaina de cacao. La estancia está impregnada del reconfortante aroma de la vela Basilicum de Zara Home. Se respira una atmósfera sofisticada. Sin embargo, Marta lo deja bien claro mientras comemos: "Estamos muy lejos de querer ser una marca de lujo. Es un sector admirable y nos inspira muchísimo a todos, pero no queremos cambiar la esencia de Zara. Nuestro objetivo es ofrecer un producto bien hecho que llegue al mayor número de personas posible". Tras celebrar el año pasado el 50 aniversario de la marca, la maquinaria no tardó en volver a ponerse en marcha. "Aquí no somos muy dados a grandes celebraciones", comenta Marta con ironía. "Sí, esos 50 años merecían un reconocimiento, pero el pasado nos sirve sobre todo para recordar nuestros errores: es mucho mejor centrarse en no repetirlos que recrearse en los éxitos". Por estricta que suene esta filosofía, encaja a la perfección con la naturaleza rigurosa de los Ortega ("Somos muy exigentes", admite la propia Marta sobre su clan). Karl Templer, director creativo de Zara, me comenta que la ética de trabajo de la empresa –y la de su presidenta en particular– "te da ganas de hacer un trabajo impecable. Su manera de trabajar motiva mucho a la gente".

Durante los meses en que he podido tratar a Marta, me he preguntado cuál es la mejor manera de reflejar esa combinación tan suya de calidez y aplomo. No cabe duda de que es, como me han repetido mucho en su entorno, una persona cercana, con un don para conectar con los demás. Y detallista por naturaleza: se percata al momento de cómo te sientes, de qué te gusta o de si necesitas algo. Si alguien en el trabajo cae enfermo, recibirá un mensaje suyo. Si te invita a cenar, toda tu familia es bienvenida. Si eres su amigo, jamás se olvidará de tu cumpleaños. Después de congeniar con Galliano a raíz de la pasión que ambos comparten por Ernest Hemingway, el diseñador se quedó atónito al recibir, poco después, una primera edición firmada de *Adiós a las armas*, con los pliegos aún sin cortar. Cuando el consejero delegado de Inditex, Óscar García Maceiras, me comentó que la atención al detalle era uno de sus fuertes, creí que me hablaría del diseño de una manga o del cierre de un bolso; sin embargo, el ejemplo que eligió fue otro: le había comentado a Marta que una empleada de tienda de Zara en un país lejano tenía muchas ganas de trabajar en España, más cerca de su familia. Marta se puso en contacto de inmediato y le buscó un puesto a poca distancia de su casa. "Y una cosa te digo", prosigue Evangelista, "es una mujer muy de mujeres. Te apoya muchísimo y es muy familiar".

Al mismo tiempo, Marta posee ese magnetismo silencioso de quien no se impresiona fácilmente. Como describe Mulier, es "rigurosa, matemática y directa", rasgos que para el diseñador son poco frecuentes en el universo de la moda. "Tiene las ideas muy claras y te las transmite en un segundo". Puede incluso llegar a ser lacónica. Sus cejas oscuras y expresivas y el timbre profundo de su voz suponen un divertido contraste con la energía arrolladora de su marido, radicalmente sociable. Pierpaolo Piccioli comprendió a la perfección estas dos facetas. Marta llevaba dos años siendo clienta suya cuando el modista le diseñó cuatro vestidos de novia de alta costura de Valentino, con motivo de su boda en 2018. Concibió primero tres piezas estilizadas y sobrias, y de pronto tuvo una corazonada: un vestido romántico en muaré rosa, de escote palabra de honor y con un lazo monumental. Le sugirió combinarlo con botas militares. "No va conmigo", respondió Marta al instante. Cinco minutos después, volvió a escribirle: "Vale, tienes razón". Acabó bailando con él hasta las tres de la mañana.

La historia de Zara echó a andar cuando Amancio Ortega y su primera mujer, la recordada Rosalía Mera, se lanzaron a confeccionar batas guateadas y lencería en el salón de su casa. Aquella ropa de casa, considerada entonces atrevida, vino a dar respuesta a la nueva demanda que empezaba a asomar entre el público femenino español tras los últimos coletazos del franquismo. La primera tienda de Zara abrió sus puertas en A Coruña, la ciudad de la pareja, y a lo largo de la década siguiente la firma se extendió por toda España y Portugal. En 1989 desembarcaron en Nueva York, un hito que daría pie al término *fast fashion* cuando *The New*

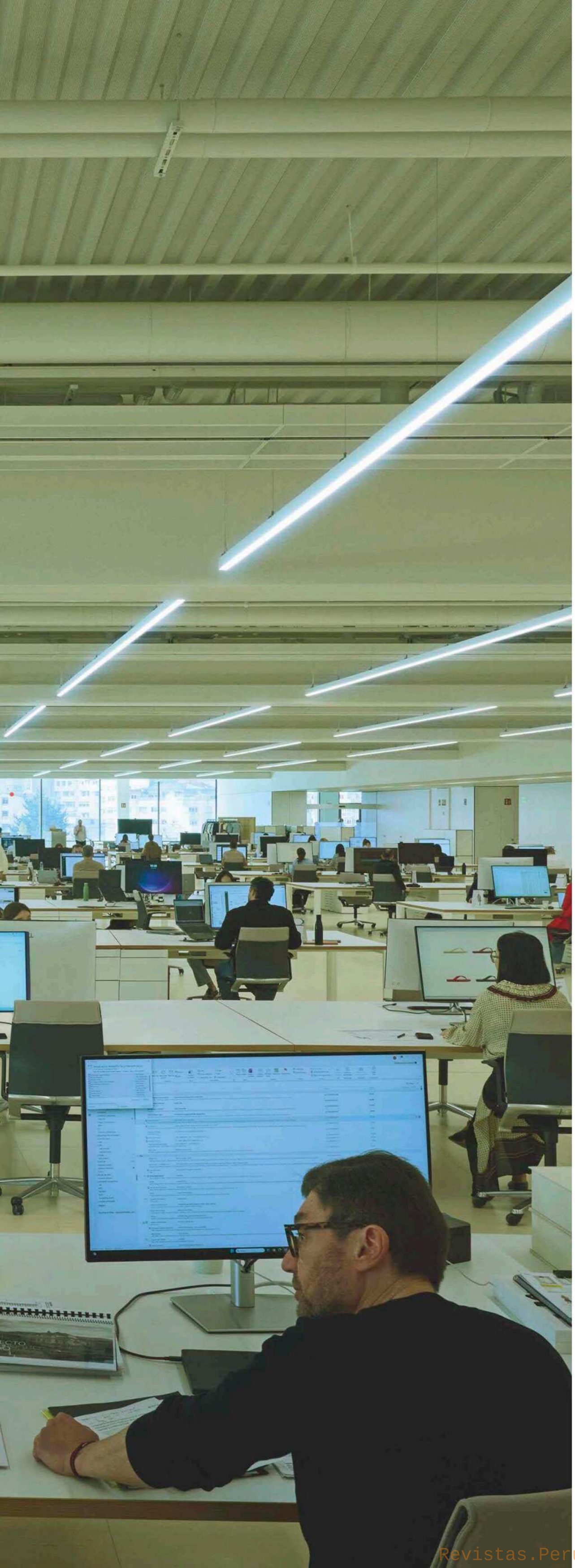


Marta y su marido, Carlos Torretta Echevarría (actual director de comunicación de Zara), en su boda en 2018 en A Coruña. Foto: Saskia Lawaks.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Marta en la sede central de Inditex. Cuando John Galliano visitó el complejo, lo comparó con "el despliegue típico de una película de James Bond".

Revistas.PeruRadio.net.pe



York Times publicó que Zara se dirigía a una clienta que "cambia de ropa con la misma frecuencia con la que cambia de tono de pintalabios". En este contexto nació una niña que lo absorbía todo. Quienes la conocieron de pequeña recuerdan sus ojos grandes y atentos, y afirman que era tan observadora entonces como lo es ahora. La única hija nacida del segundo matrimonio de su padre, con Flora Pérez, Marta pasaba mucho tiempo con su abuela materna mientras sus padres trabajaban en Zara. "Seguramente sea la persona que más me ha marcado en la vida", reflexiona Marta. "Crió a ocho hijos. Jamás le importó de dónde venía nadie ni a qué se dedicaba; lo único que le interesaba era que las personas fueran trabajadoras y honradas". Mientras que su abuela la ayudaba a coser vestidos para sus muñecas, fue una niñera británica quien la inició en la hípica en A Coruña. A los 10 años ya era una amazona consumada. Y aunque no llegó a dedicarse a ello profesionalmente, la equitación se convirtió en un pilar en su vida. Cuando estudiaba Empresariales en Londres, montaba los fines de semana –"competí en salto de obstáculos durante muchos años", matiza– y continuó haciéndolo cuando empezó a trabajar como vendedora rasa en la tienda de Zara en King's Road. Tras el nacimiento de su primer hijo, Amancio, fruto de su matrimonio con el jinete olímpico Sergio Álvarez Moya, se reincorporó a la competición, aunque pronto sintió el deseo de pasar sus días libres con el pequeño. "Ahora tengo menos tiempo y más hijos", resume. "Cuando nació mi hija, lo dejé; para competir a ese nivel necesitas entrenar todos los días y yo ya no lo podía hacer".

De aquella etapa conserva la disciplina propia de una atleta de élite, aunque con un enfoque particular. Define el salto de obstáculos como "un deporte ingrato", por la sencilla razón de que "la mayoría de las veces se pierde". Esta disciplina le enseñó no solo una lección de humildad, sino una sensibilidad hacia los demás que le ha sido de enorme utilidad en el mundo empresarial. "Lo más especial es que compartes el trabajo con un ser vivo", explica. "Cualquier deportista debe estar en forma, pero en este caso tanto el jinete como el caballo tienen que estar al máximo nivel. No es una raqueta ni un balón: está vivo y depende de ti". Hoy en día, Marta comparte caballos de competición en Países Bajos con el hijo de su primer entrenador y mantiene una escuela de equitación en A Coruña que, entre otras actividades, ofrece hipoterapia para niños con discapacidad. "Me encanta no haber perdido el contacto con ese mundo", afirma. "Me ha aportado muchísimo durante mucho tiempo".

Marta y Carlos Torretta Echevarría se conocieron en enero de 2016 gracias a un amigo común. Cenaron todos en el restaurante Sant Ambroeus del West Village de Nueva York, ya que, por aquel entonces, Carlos trabajaba en una delegación de la agencia de modelos Elite en la ciudad y llevaba casi una década viviendo allí. En abril comenzaron a salir y, a finales de ese mismo año, él regresó a España. Se casaron en A Coruña dos años después y, con el tiempo, Carlos –a quien Marta describe como "una enciclopedia con patas"– se incorporó a la que él mismo define como "la empresa familiar más grande del mundo". "Hacen una pareja fantástica y es un gusto pasar tiempo con ellos", señala Mulier, quien suele verlos de vacaciones en Grecia, donde a menudo comen juntos, charlan y practican esquí acuático. "Somos el yin y el yang", añade Carlos con humor. "Yo hablo muchísimo, ella habla menos. Ella es hiperorganizada y yo soy más caótico. Sé que la debo sacar de quicio un millón de veces al día, pero al final creo que hacemos muy buen equipo. A mí me viene francamente bien tener a alguien como ella a mi lado que me lleve por el buen camino". En lo único en lo que siguen sin ponerse de acuerdo es en el clima: Marta es una enamorada de los nublos gallegos mientras que Carlos es de espíritu mucho más mediterráneo.

A su hijo Amancio, que ya tiene 13 años, se sumaron Matilda (6), Manuel (2) y, más recientemente, un cachorro de Jack Russell de pelo largo. En su casa en A Coruña –pared con pared

Revistas.PeruRadio.net.pe

Los jardines del pazo de la empresaria, obra del aclamado paisajista británico Tom Stuart-Smith.

Peluquería: Damien Boissinot. Maquillaje: Lucia Pica. Producción: AL Studio. Diseño del set: Mary Howard.

"No queremos ser una marca de LUJO. *Lo nuestro es ofrecer un producto* BIEN HECHO *que llegue al mayor número posible de personas".*

con la casa de los padres de Marta– se respira una atmósfera tranquila que recuerda a la estética de las renovadas tiendas 'El Apartamento' de Zara. En el pazo cercano que también posee el matrimonio, se extiende un frondoso jardín diseñado por el paisajista británico Tom Stuart-Smith. De lunes a viernes, Marta se levanta a las 6:45, entrena en el gimnasio ("una tabla normal y algo de pilates, nada del otro mundo"), desayuna con los niños, los lleva al colegio y conduce hasta la oficina. Por las noches prefiere leer antes que ver la televisión. Entre sus autoras de cabecera figuran Ottessa Moshfegh o la escritora moldavo-rumana Tatiana Țîbuleac. "Me encantan las librerías", comparte, aunque admite que disfruta con la misma intensidad de un concierto en un estadio, ya sea de Bad Bunny o de su amiga Rosalía.

Seguir los pasos de un padre nunca resulta sencillo, y menos aún si ha construido un imperio de alcance planetario, pero Mar-

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

ta asegura no sentir esa presión. "Para mí es un motivo de orgullo. No pretendo ser como mi padre, porque nadie lo será jamás. Siento que estoy en un gran momento vital", desarrolla. "Hago un trabajo con el que disfruto cada día y comparto jornada con profesionales increíbles. Poder dedicarme a esto en una ciudad que me permite estar cerca de los míos es un privilegio enorme. Y no solo de mis hijos, sino de toda mi familia, que me ayuda una barbaridad".

El estudio de cuatro alturas de David Sims está ubicado en una antigua cochera de tranvías rehabilitada en el norte de Londres, decorado con azulejos color crema que recuerdan a las estaciones clásicas del metro londinense. El día de la sesión para Zara, una de las modelos, Karolina Spakowski, posa con un vestido lencero negro contra un fondo gris. Por los altavoces suenan los Bee Gees y varios ventiladores le envían tres brisas de aire distintas. Sims fotografía 12 prendas destinadas a The Item, una cápsula semanal supervisada íntegramente por Templer. Marta observa la sesión desde el fondo del estudio vestida con un pantalón *cargo* marrón y un jersey amarillo de punto, abrazada a un cuaderno con tapas de cuero. Dos miembros de su equipo la acompañan.

En noviembre, la obra de Sims protagonizará la nueva exposición de fotografía impulsada por la Fundación Marta Ortega Pérez (MOP) en A Coruña. La fotografía, y en especial la de moda, siempre ha sido una de las grandes pasiones de la empresaria. "En mi cabeza siempre pensé que acabaría haciendo fotos", confiesa. De adolescente, Marta solía acompañar a su madre a las sesiones de campaña de Zara. "Recuerdo una en el Guggenheim de Bilbao", rememora, "antes de que se abriera al público. El fotógrafo era español y las modelos eran Amber Valletta y Carolyn Murphy. Yo tendría unos 14 o 15 años y me escapaba a verlas en acción en cuanto me dejaban".

Aunque su amor por la moda era más que evidente ya en aquella época (recuerda viajar a Nueva York con su madre y comprarse unos botines de charol gris de Marc Jacobs), hoy Marta atesora prendas de esas firmas a las que Zara presuntamente fusila (en 2012, el gigante textil ganó un litigio judicial a Christian Louboutin que le permitió comercializar calzado con suela roja). Al preguntarle por la propiedad intelectual, Marta responde con razonada elegancia: "La moda es un lenguaje compartido. La forma en que lo hablas es lo que marca la diferencia entre unas personas y otras. Siento un respeto absoluto por el trabajo de los diseñadores: soy clienta y admiradora de muchos de ellos". Menciona a creativos que hoy forman parte de su círculo cercano, como Mulier o Piccioli. "Phoebe Philo, por supuesto; Sarah Burton está haciendo un trabajo fabuloso. Siempre he sido una fan incondicional de la señora Prada. Willy Chavarria, Matthieu Blazy, Jonathan Anderson... El diseñador al que más he admirado siempre es John Galliano, y tengo la suerte de estar trabajando con él".

El respeto es mutuo. Piccioli define a Marta como alguien "muy apegada al universo de la moda" y le dedica un gran elogio: asegura que siempre es capaz de identificar en sus colecciones aquellas piezas que son "para auténticos entendidos". "Cuando llevas alta costura, tienes que ser capaz de distinguir por qué este vestido negro es costura o tal vestido bordado es *prêt-à-porter*", argumenta. "Tienes que entender que la alta costura reside en los detalles invisibles. No consiste en epatar. Y ella capta esa esencia al instante". Tanto si la moda se compone de un solo lenguaje como de varios, Marta es una intérprete privilegiada. "La moda rápida, si se la puede llamar así, no fue recibida precisamente con los brazos abiertos al principio", recuerda Sims. "Y todavía se ve así en gran medida. Pero como Marta es una líder tan carismática, lo que crea puede convivir en perfecta armonía con las casas históricas". "Sin duda –concluye Piccioli–, ella es el futuro".

Marta, más que de rapidez, prefiere hablar de flexibilidad. Prácticamente todo lo que confecciona Zara pasa por sus centros de distribución en A Coruña, lo que les dota de una agilidad inigualable. "No creo que la empresa fuera lo que es si nos hubiésemos marchado de A Coruña", señala la presidenta. Tras haber cimentado el negocio en la velocidad, la cúpula empresarial asegura estar centrando ahora sus esfuerzos en mitigar sus consecuencias. Marta me explica que Inditex mantiene un firme compromiso con la mejora de las condiciones sociales y medioambientales de sus trabajadores, y que ella está volcada en liderar la transición hacia la sostenibilidad con el objetivo de alcanzar las emisiones netas cero para 2040. Hakan Karaosman, experto en sostenibilidad social en cadenas de suministro del sector textil, destaca que, si bien Inditex obtiene mejores resultados en huella hídrica que en el ámbito social, resulta "enormemente innovadora en el diseño de su cadena de suministro gracias a su apuesta por el *nearshoring* [producción de cercanía]".

"Nuestro modelo está enfocado totalmente a la demanda", aclara Marta. "La clave reside en mantener un nivel de *stock* ajustadísimo y reducir los excedentes al mínimo. Menos del 1 % del producto se queda sin vender: no realizamos grandes tiradas que no funcionan y que luego hay que almacenar en una nave. Aunque haya quien insista en calificarlo de *fast fashion*, el modelo de negocio en sí que manejamos es probablemente lo más sostenible que tenemos". En 2022, la compañía lanzó Zara Pre-owned, una plataforma concebida para facilitar la reparación, reventa o donación de las prendas usadas de la marca.

Galliano, que define su proyecto de dos años para Zara como una "relectura" de prendas sacadas de sus archivos, admite que su reacción inicial cuando Marta le propuso colaborar fue un "ni hablar". Sus reticencias eran "las mismas que las de cualquiera", presupone, basadas en "informaciones imprecisas o de terceras personas". Cuando recorrió las instalaciones de Inditex y visitó el muestrario de materiales sostenibles, cambió de parecer al instante. "Hay un par de tejidos que empleamos todos los *couturiers*: la muselina de seda y la organza. Me dijeron: 'Ah, no, esos no los puedes usar porque son altamente inflamables. En su lugar, puedes usar este otro'. Están en todo".

Impulsó su fundación casi por casualidad. "Peter Lindbergh fue el fotógrafo de nuestra boda y un gran amigo personal", revela. "Había comisariado una exposición para Düsseldorf que nunca llegó a ver inaugurada [Lindbergh falleció en 2019]. Cuando vi que iban a abrir la muestra allí, hablé con su hijo Ben y le dije que me encantaría organizar una retrospectiva de la obra de Peter en A Coruña. Todo se hizo por él". Localizó un antiguo silo de cemento en el puerto que llevaba 20 años en desuso y encargó su transformación a la arquitecta local Elsa Urquijo. Hoy el espacio acoge una elegante fuente con vistas al mar, una sucesión de salas de exposición monumentales y una espectacular librería en espiral. La fundación edita el catálogo de cada muestra bajo el sello propio MOP –el día de mi visita, se exponía a Annie Leibovitz, a la que siguió Paolo Roversi–; organiza charlas, firmas de libros y otorga cuatro becas anuales a estudiantes gallegos de fotografía para que completen sus estudios en el extranjero. De este modo, Marta Ortega, siempre orgullosa de la ciudad y de la región donde creció, ha convertido A Coruña y Galicia en un destino obligado. Pero lo que más impresiona es el empeño personal que le pone a todo: la moda, la fotografía, la familia, los amigos. Me habla con cariño de un día que pasó en París junto a Lindbergh y el diseñador de Lanvin Alber Elbaz, ambos tristemente desaparecidos. "Tengo una foto de entonces que guardo con muchísimo cariño", me dice. "A veces se habla mucho de que la moda es frívola, pero yo creo que es algo profundamente humano", reflexiona Marta. "La moda está presente en la vida de millones de personas cada día. Es nuestra carta de presentación ante el mundo. Canaliza una creatividad inmensa y exige una enorme sensibilidad. Y puede ser maravillosa si la hacemos bien".

Revistas.PeruRadio.net.pe

Gucciverso DEMNA

En una docena de años, el diseñador georgiano ha pasado de la transgresión juvenil de VETEMENTS *a manejar el histórico legado de* GUCCI. NATHAN HELLER *se adentra en la nueva etapa del mayor inconformista de la moda actual, hoy inmerso en la* REINVENCIÓN *de una megafirma de alcance planetario. Fotografía de moda* ALESSIO BOLZONI. *Estilismo* LUCA GALASSO.

Una gélida mañana de febrero en Milán, en la víspera de un desfile crucial, Demna, antaño el mayor iconoclasta de la moda francesa y hoy director artístico de Gucci, recorre su despacho con un curioso aire de serenidad. "Obviamente, estoy un poco estresado, pero me encuentro bien", comenta. "Mi prima, que tiene 16 años y se pasa la vida en Roblox, se enteró de que iba a entrar en Gucci y me dijo: '¿Sabes que Gucci es una palabra que usamos muchísimo para describir cierta actitud? Si te sientes Gucci, significa que quieres volverte loco, conocer gente y salir a darlo todo'", cuenta Demna, sonriente. "Mañana quiero conseguir que la gente se sienta Gucci".

Demna Gvasalia, como fue bautizado en su Georgia natal (prescindió artísticamente de su apellido hace un lustro), tiene ahora 45 años. Sin embargo, es como si su voz creativa estuviera ya plenamente definida en 2014, el año en que cofundó Vetements y apenas unos meses antes de ser nombrado director artístico de Balenciaga. "Aquello lo convirtió en el diseñador más influyente de la década", señala Alexandre Samson, historiador de moda y comisario del Palais Galliera de París. "Creó personajes sumamente definidos que reflejaban la cultura juvenil sin dinero del Este postsoviético, que admiraba y al mismo tiempo despreciaba el mundo occidental". Cuando nos vemos en el estudio, viste todo de negro con unos pantalones holgados de Adidas, una camiseta del grupo Slipknot y unos *mules* de Gucci. En su juventud, de extraccción burguesa europea, su estilo personal se interpretaba a menudo como una provocación. Desde entonces, se ha convertido en modelo del lujo más comercial.

Cuando el diseñador tomó las riendas de Gucci el verano pasado, la firma llevaba un par de años a la deriva y su llegada prometía devolverle el dinamismo. "Sabe cómo captar la atención, cómo crear un hito. Se le da muy bien tomar el pulso a la conciencia cultural", me cuenta la modelo Vivian Wilson. "Diseña lo que le apetece", afirma Kim Kardashian, amiga desde hace años y musa del modista. "Es siempre fiel a sí mismo sin rendir cuentas a nadie".

Revistas.PeruRadio.net.pe

"Tiene algo de audaz: es ostentoso, seguro de sí mismo. Sabe perfectamente quién es", dice Demna sobre las claves de su visión para Gucci. Retrato: Rineke Dijkstra.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Las modelos Kayako Higuchi (en la página anterior) y Sheila Bawar, luciendo las nuevas proporciones de Demna para GUCCI. *"Lo que quiero para Gucci es generar FOMO", explica Demna. "De su chic, su elegancia, su italianidad".*

Revistas.PeruRadio.net.pe

En el sentido de las agujas del reloj, la modelo Amelia Gray, el 'DJ' y músico The Dare, Kayako y Amelia de nuevo, todos con 'total looks' de GUCCI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

¿Pero encajaría Demna en una marca tan grande y tan masiva? Gucci es la joya de la corona de Kering, el conglomerado del lujo, y, en un momento de desaceleración de la industria, se ha convertido también en un barómetro económico. "El equipo tiene una responsabilidad enorme, porque está gestionando una megamarca", señala Luca de Meo, CEO de Kering.

Formado en la Real Academia de Bellas Artes de Amberes, Demna era conocido por su ironía mordaz y refinada. Ahora me sorprende oír de su boca que ha dejado atrás el conceptualismo en favor de un enfoque más directo y sensorial. Se suma así a un grupo de diseñadores belgas, entre los que se encuentran Matthieu Blazy y Pieter Mulier, que han descubierto una nueva sensualidad al frente de grandes casas históricas. "Gucci es una firma muy pragmática; lo que importa es el producto. Es liberador no tener que intelectualizar un vestido solo para crear un diseño que te encante", asegura. "Así es como debería ser la moda: más intuitiva y emocional".

Para su primera propuesta en Gucci, presentó una colección cápsula en formato de cortometraje que exploraba el carácter de la firma en la década de los setenta. Su siguiente entrega fue un homenaje a los *looks* sugerentes y sofisticados de los años noventa bajo la etapa de Tom Ford. Hoy, precisamente, se dispone a mostrar su tercera colección, la primera que presenta en la pasarela y, en definitiva, la más personal. El momento remite a 2016, cuando Demna celebró su primer desfile para Balenciaga. Hubo piezas virales, como las gruesas zapatillas Triple S, pero también tocó temas geopolíticos. En tres años, la casa había duplicado su tamaño y superado los mil millones de dólares en ventas. En 2019, *The Washington Post* elogiaba a Demna por "transformar lo que entendemos por moda". Cuando conocí a Demna a finales de aquel año, vivía en el bosque en Suiza con su marido, el músico Loïk Gomez. París se había vuelto demasiado apabullante, me confesó, demasiado claustrofóbico. En su remanso de paz, cada mañana antes de trabajar, salía a pasear por la naturaleza como un personaje salido de un cuadro de Caspar David Friedrich. Planeaba reanudar la línea de alta costura de Balenciaga, aletargada durante décadas. Había empezado a concebir el cuerpo de formas nuevas y poéticas. "Ya no estoy en el lado oscuro del mundo", me dijo entonces.

La modelo Valerie Scherzinger con abrigo, guantes y zapatos, todo de GUCCI.

No podía durar. Pocos meses después, el planeta entero se sumió en las sombras de la pandemia y el debut de su colección de alta costura se pospuso un año. Mientras tanto, la firma sufrió una condena pública tras lanzar una campaña publicitaria en la que aparecían niños sosteniendo bolsos con forma de oso de peluche, vistos anteriormente en pasarela. Para muchos, los muñecos parecían vestidos con estética BDSM. El impacto fue devastador. Diversas celebridades, incluida Kardashian, reconsideraron su relación con la firma ("Con él nunca hubo ningún problema", me aclara Kardashian). Poco después, el propio Demna pidió disculpas públicamente. Acabó por abandonar los bosques suizos porque, admite, "al cabo de un tiempo me aburría muchísimo allí. El aburrimiento es algo peligrosísimo y muy traicionero para una mente creativa". La pareja se mudó a Ginebra y, más tarde, a París. Estimulados pero incómodos, siguieron buscando un refugio alternativo. Aterrizaron en Los Ángeles, donde compraron un chalé de los años cincuenta y empezaron a relacionarse con el entorno local. "Culturalmente hablando, es distinto a todos los niveles", me explica. "No es casualidad que Silicon Valley surgiera en California: no sé qué tiene, pero te sientes más libre. En Europa todo es mucho más conservador". Al aceptar el puesto en Gucci, se trasladó de París a Milán, pero mantuvo Los Ángeles como segunda residencia. "La gente siempre me dice: 'Ah, ya entiendo por qué estás allí, para estar lejos de la moda'", elabora. "Y yo les digo: 'Pues no, en realidad allí estoy en el núcleo mismo de cómo pensamos y consumimos la moda'. Mientras que en Italia lo que tengo es el producto, el legado, la historia, la artesanía: todo lo que no existe en Los Ángeles. Es un equilibrio bastante bueno. Gucci necesita ambas cosas".

En el *backstage* de su desfile debut, Demna se sincera: "¿Sabes esa sensación cuando te enamoras de alguien? La tengo justo ahora". Mientras las luces de la sala se atenúan, la modelo Charlie Jones entra en la pasarela con un vestido blanco sin mangas, de silueta ceñida, que deja al descubierto un tatuaje en el muslo. "Esto es lo más corporal que he hecho nunca", dice el diseñador. "Llevo diez años con un terapeuta buenísimo y, por fin, he empezado a quererme". Cuando Kate Moss aparece para cerrar el desfile, luciendo un vestido negro con lentejuelas y la espalda al aire, se desata una ovación: una antigua visión reinventada una vez más.

El pasado otoño, Kering nombró a Francesca Bellettini, una de sus directivas más influyentes, presidenta y CEO de Gucci. Su cometido, según me explica una tarde mientras tomamos un café en Milán, estuvo claro desde el primer momento: "Sé que mucha gente dice que Gucci es como el ave fénix, que sube, baja y renace de sus cenizas", señala. "No", enfatiza negando con la cabeza. "Tenemos que crecer con una evolución constante y mantenernos arriba". Demna fue la primera gran apuesta de Bellettini. Le ofreció el cargo durante una cena. "Me dijo: 'Puedo hacerlo'", recuerda ella. Solo una condición: quería estudiar la casa primero. "No sabía mucho de Gucci; lo de la película y poco más, la verdad", me revela él. Realizó visitas a los archivos de la firma en Florencia con un secretismo digno del espionaje. "Me encontré con un universo entero", asegura. "Artículos para el hogar. Sillas. Paraguas. Una ruleta. Y las colecciones más increíbles". Se

Revistas.PeruRadio.net.pe

"Personalmente, necesito una SILUETA GUCCI *bien definida, y en septiembre me atreveré a mostrarla", adelanta Demna. "Es cuestión de* CENTÍMETROS, *en realidad".*

encoge de hombros. "Quedé seducido". Le propuso a Bellettini condensar en un informe todas sus ideas. "Tengo que convencerte a ti y convencerme a mí mismo de que podemos hacer esto", recuerda ella que le dijo. Eran las vacaciones de Navidad y estaba con Gomez en Los Ángeles. "El día que lo terminé", recuerda Demna, "se lo enseñé a mi marido. Me dijo: 'Me ha entrado FOMO: quiero ser todo eso o tenerlo'". La sensación le encajó de inmediato. "Me dije: esa es precisamente mi idea para Gucci, generar ese FOMO", explica. "De su chic, su elegancia, su italianidad. La *dolce vita*, pero con cierto desenfado. Hay un toque de humor, pero no es sarcástico. Es algo divertido, y un poco *punk* en cierto modo, como diciendo: 'Me gusto y me da igual lo que piensen los demás'. Tiene algo de audaz, de ostentoso, seguro de sí mismo. Sabe perfectamente quién es". Los incendios de Los Ángeles comenzaron esa misma noche. Demna salió huyendo con nada más que el pasaporte y el portátil: no había hecho copia de seguridad de su presentación. "Se lo envié a Kering y les dije: esta es mi visión... Si no os gusta, prefiero saberlo ya". Pero Bellettini entendió de inmediato la idea: una libertad solo es posible en una casa cuyo legado es sumamente rico en producto. "Lo que él planteaba como una liberación era el hecho de que la marca no procede de la alta costura", recuerda. "No hay un Cristóbal Balenciaga, un Yves Saint Laurent o un Christian Dior con el que te vayan a comparar constantemente".

La forma es la obsesión que lo absorbe mientras trabaja en su colección de septiembre. Siente que está listo para presentar un Gucci que bebe de la historia de la casa, pero que es indiscutiblemente suyo. En términos de moda, esto significa definir nuevas siluetas: composiciones concretas, una geometría y una actitud reconocibles que, al igual que la chaqueta de corte recto de Chanel o el vestido reloj de arena de Dior, impriman su sello a la firma. "Personalmente, necesito una silueta Gucci bien definida, y en septiembre me atreveré a mostrarla. Es cuestión de centímetros, en realidad", postula. "Lo importante son las proporciones. Y quiero hacer algo que no haya hecho antes, lo cual –sonríe– limita las posibilidades". Empezó por la actitud: "¿Qué sensación quiero transmitir para que alguien diga: 'Me siento Gucci'?". Con Gomez de interlocutor, decidió hacer una lista con todas las cualidades que quería que proyectase su nueva silueta. Un día, frente a la pantalla en blanco de su portátil, con la entrega para la pasarela de septiembre cada vez más cerca, escribió: "Estructurado, Seguro, Chic, Audaz, Rico, Excéntrico, Atractivo, Sexy, Cool". "Estructurado en el sentido de firme, no redondeado: en Gucci no hay siluetas tipo globo", matiza. "Atractivo y *sexy* no son lo mismo. Puedes ir completamente cubierta y resultar muy atractiva, pero no *sexy*. Lo *sexy* requiere enseñar piel. Gucci necesita ambas facetas". Una a una, fue desarrollando sus palabras clave para concretar lo que quería y lo que no. En primavera, visitó en Roma una de sus tiendas de *vintage* favoritas especializada en sastrería masculina. "Tiene una selección ultracuidada de chaquetas y abrigos italianos: dejé la tienda medio vacía", cuenta. "Estamos usando esas piezas para construir la silueta, para definir la línea de los hombros y la forma de la manga". Pocos días después, quedo con Demna en el estudio de la calle 23 de Nueva York donde está realizando los *fittings* de su colección crucero, que presentará en la ciudad. El concepto refleja su giro mercantilista. "Lo llamo *Gucci-core*", me dice. "Por lo *hardcore*, pero también porque es la esencia, la base estética". En otras palabras, los "esenciales" que los clientes siempre pueden encontrar en una tienda de la firma.

"Por ejemplo, para mí esta es una pieza importantísima", adelanta mientras extrae del perchero un chaquetón rojo de mujer de doble botonadura. "Me daba miedo ponerme con él porque no me gustan los abrigos marineros: ¿cómo podía crear uno que realmente me gustase?". La respuesta a esa pregunta resultó una especie de revelación: si era capaz de diseñar un abrigo marinero para Gucci que le apasionase, podría extender su punto de vista a todo el universo de productos. La otra clave –y quizá su innovación más profunda, aunque discreta, hasta la fecha– atañe al tallaje. Los patrones suelen diseñarse para modelos de pasarela, tradicionalmente altas, y luego se escala hacia arriba o hacia abajo conforme a las tallas estándar, perdiendo a menudo la armonía de las proporciones. "No se tiene en cuenta el tipo de cuerpo", explica Demna. "Si alguien es más bajo y musculoso, le va a quedar ridículo". En Gucci está desarrollando un sistema de tallaje completamente nuevo para que la integridad del diseño se mantenga, ya lo lleve una persona alta y esbelta o baja y corpulenta. Por otra parte, muchas prendas de la colección crucero están disponibles en tres cortes distintos: un ajuste pequeño, uno mediano y lo que podría llamarse el corte Demna: las proporciones holgadas que él mismo se compraría.

En la noche del desfile crucero, el cielo está despejado, la primavera neoyorquina encuadrada en Times Square. A las 20:10, los invitados empiezan a llegar a la alfombra gris dispuesta por la enseña. "En Gucci, puede soñar tan a lo grande como quiera, ¿no?", comenta Kardashian de su amigo. "Puede decir 'quiero un desfile en Times Square' y hacerlo realidad". Cuando Paris Hilton aparece con un abrigo negro de textura peluda sobre un vestido de verano amarillo y estampado típicamente Gucci –atractivo, no *sexy*–, todos los móviles del público se alzan a la vez. Durante gran parte de su carrera, de los desfiles de Demna siempre se esperaba un *crescendo* de tensión hasta alcanzar un clímax inquietante, pero el efecto aquí es justo el contrario. La secuencia culmina cuando Cindy Crawford, de 60 años, enfundada en un vestido de largas plumas negras, realiza el pase final con la lentitud y majestuosidad de una auténtica *passeggiata* italiana. Durante un instante dilatado, la gran plaza al completo se queda en silencio, como conteniendo la respiración. Más entrada la noche, la fiesta se traslada a la Gucci Mansion. Demna, rodeado de gente, relajado y comunicativo, recibe felicitaciones. "Siento un alivio enorme de que haya salido bien, porque era muy complejo", confiesa. "Pero mucha gente me ha dicho que durante esos doce minutos se han olvidado de todo". Sonríe. "Me encanta".

TRADUCCIÓN Y ADAPTACIÓN: ESTHER GIMÉNEZ.

Revistas.PeruRadio.net.pe

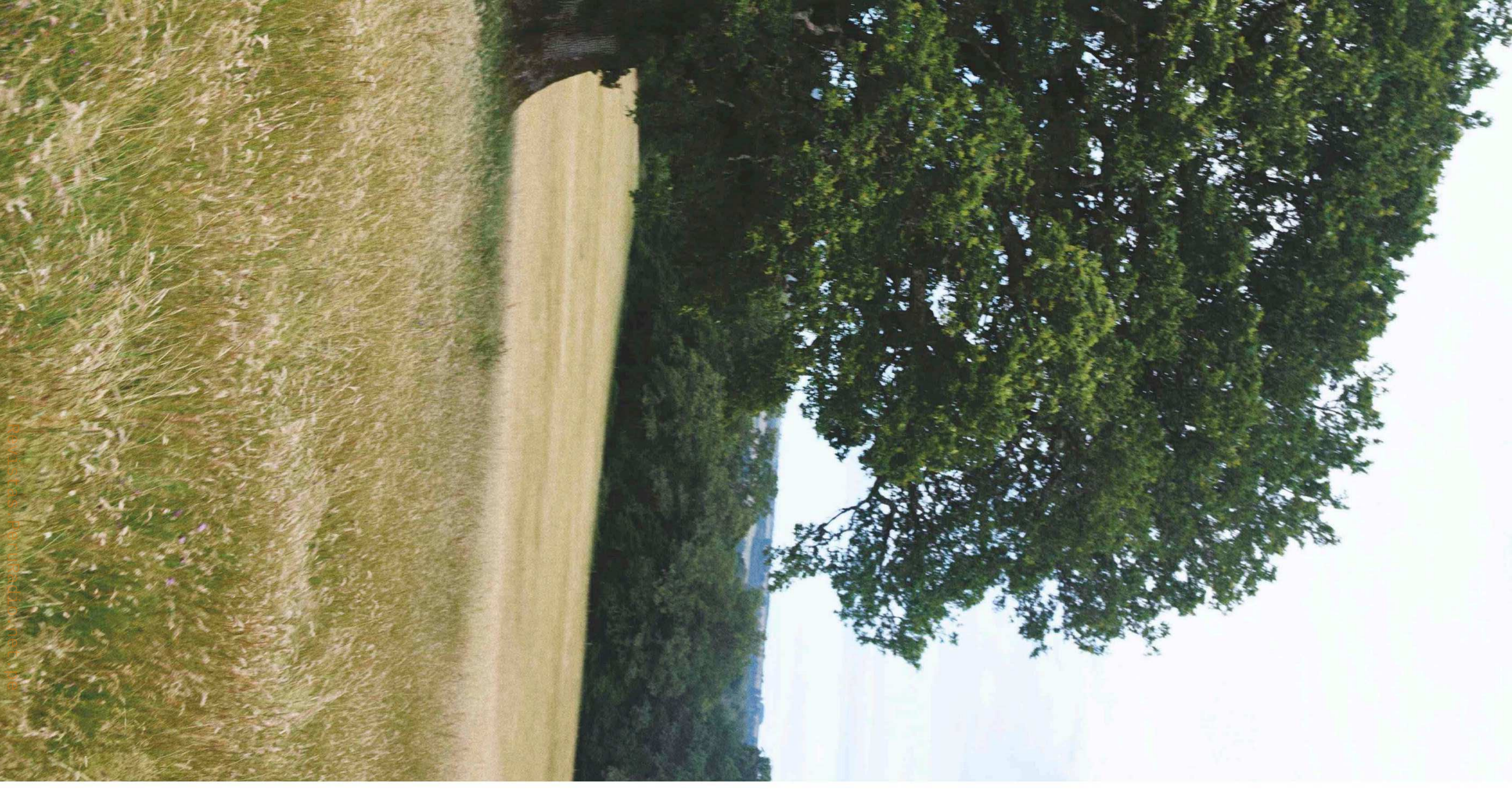
Sheila, con vestido y botas, todo de GUCCI.

Peluquería: Esther Langham. Maquillaje: Aaron de Mey. Producción de fotografías de moda: Starkman & Associates. Manicura: Raphaël Park Charles.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Joan Smalls lleva abrigo de piel de oveja, jersey y guantes, todo de MAX MARA; *falda de* BOTTEGA VENETA; *gorra de* LOUIS VUITTON; *y botas de* HERMÈS.

Revistas.PeruRadio.net.pe



Cambio de estación

Las modelos Joan Smalls, Caroline Trentini y Jessica Miller se adentran en la bucólica campiña británica luciendo las mejores prendas para el frío del otoño. A veces, el abrigo es el conjunto. Fotografía OLIVER HADLEE PEARCH. *Estilismo* CARLOS NAZARIO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página anterior, Caroline Trentini lleva abrigos estampados de BURBERRY; *pantalón-falda a rayas, de* SACAI; *botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN; *collar de* LORO PIANA; *y anillo de* ILARIA ICARDI. *En esta página, de izda. a dcha., Joan Smalls lleva abrigo, top y falda, todo de* VICTORIA BECKHAM; *sombrero de* LOUIS VUITTON; *y botas de* LORO PIANA. *Caroline luce abrigo y jersey, ambos de* AKRIS; *botas de* HERMÈS; *anillo de* ILARIA ICARDI; *y reloj de* OMEGA. *Y Jessica Miller, gabardina y pantalón, ambos de* CELINE; *sombrero de* LANVIN; *y botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN.

Revistas-PeruRadio.net.pe

Caroline lleva abrigo y chaqueta, ambos de ISABEL MARANT; *pantalón de* GANNI; *botas de* HERMÈS; *reloj de* OMEGA; *y anillo de* ILARIA ICARDI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.Perukad.net.pe

En esta página, Jessica y Caroline llevan abrigos en tonos cereza y mostaza, de la última colección de Pieter Mulier para ALAÏA. *En la página siguiente, Caroline, con abrigo de* HERMÈS; *pantalón de* GANNI; *y botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Caroline lleva abrigo y sombrero de piel de oveja, ambos de LOUIS VUITTON; *anillos de* POMELLATO; *y reloj de* OMEGA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

En la página anterior, Jessica lleva abrigo y pantalones de EMPORIO ARMANI; *abrigo de piel de* GIORGIO ARMANI; *botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN; *y sombrero de* LANVIN. *En esta página, Caroline luce chaqueta y pantalón, ambos de* LORO PIANA; *guantes de* MAXMARA; *y botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN.

Revistas.PeruRadio.net.pe

En esta página, Joan lleva abrigo y falda, ambas de BOTTEGA VENETA; *botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN; *y anillos de* POMELLATO. *En la página siguiente, Jessica lleva abrigo, vestido, bufanda y guantes, todo de* MICHAEL KORS COLLECTION; *y botas de* ANONYMOUS COPENHAGEN.

Peluquería: Louis Ghewy. Maquillaje: Mel Arter. Producción: Partner Films. Escenografía: Andrew Tomlinson. Manicura: Verónica Butenko. Costurera: Kim Lareau.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

VITRIOLA

La modelo VITTORIA CERETTI *interpreta un estilo en el que conviven los* OPUESTOS, *dejando atrás los* ESTEREOTIPOS *culturales vinculados a lo masculino y lo femenino. Fotografía* VITO FERNICOLA. *Estilismo* CARLOS NAZARIO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Vittoria Ceretti lleva bodi de tul con ribetes de encaje y falda larga de 'georgette', ambos de VALENTINO; *y 'mules' de piel, de* JUDE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

'Tank top' de algodón, de
BOTTEGA VENETA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

'Trench' de lana y corbata con estampado animal, ambos de TAGLIATORE; *camisa de algodón, de* CELINE; *pantalón de* MARTINE ROSE; *y cinturón del estilista.*

Revistas.PeruRadio.net.pe

Revistas.PeruRadio.net.pe

Chaqueta y pantalones de franela y cachemir, y camisa con cuello mao, todo de GIORGIO ARMANI.

Revistas.PeruRadio.net.pe

'Bralette' de encaje, de DORA LARSEN; *falda de seda, de* FERRAGAMO; *y anillo de oro amarillo y platino con diamantes, de la colección Sixteen Stone, de* TIFFANY & CO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Bodi y falda de encaje, ambos de SAINT LAURENT BY ANTHONY VACCARELLO.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Americana de pata de gallo con lentejuelas, camisa de seda y corbata con estampado de pitón, todo de TOM FORD; *y pantalones de* BALENCIAGA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Blusa de seda con estampado Check'n'Dior y pantalones de organza con lentejuelas y abalorios, ambos de DIOR; *'mules' de charol, de* JUDE.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Sujetador de tul, de HEIST;
y falda de PVC con ribetes
de piel, de TOM FORD.

Revistas.PeruRadio.net.pe

NOTA DE BELLEZA
Brillo natural y fijación de hasta 24 horas con la base Armani Luminous Silk Foundation de ARMANI BEAUTY *que, gracias a la tecnología Liquid Silk, minimiza los poros, reduce las imperfecciones y unifica el tono de la piel.*

Peluquería: Akki. Maquillaje: Sam Visser. Manicura: Emi Kudo. Escenografía: Heath Mattioli. Ayudantes de fotografía: Luca Scavone, Costanza Canali. Ayudantes de estilismo: Martí Serra, Lauren Marron, Ruby Bravo. Técnico digital: Tyler Ash. Costurera: Hasmik Kourinian. Producción: Lola Production.

Revistas.PeruRadio.net.pe

Pulsera Love de oro blanco, con aguamarinas, zafiros rosas y azules, tanzanitas y amatistas, de CARTIER.

Con piedras preciosas en vez de tornillos, la pulsera LOVE *de* CARTIER *reinventa su icónico diseño. Una colección cápsula con seis versiones* DELICIOSAS, *salpicadas con zafiros, granates o tsavoritas, perfectas para los más* GOLOSOS.

LA COSA MÁS DULCE

FOTO: SILVIA DE LA ROSA.

Revistas.PeruRadio.net.pe

DIPLOMAS

Tu futuro en la moda empieza en Vogue College of Fashion

Diseño de Moda, Organización y Creación de Eventos, Estilismo de Moda, Fotografía de Moda, Estilismo de Interior, Wedding Planner, Dirección Creativa.

UNIVERSIDAD NEBRIJA

VOGUE COLLEGE OF FASHION

voguecollege.com

infoadmisiones@voguecollege.com*

Revistas.PeruRadio.net.pe

LOUIS VUITTON

Revistas.PeruRadio.net.pe